

**PENGARUH GAMIFIKASI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS
PENGGUNA APLIKASI LAZADA PADA GENERASI Z
DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

NABILAH HOULIA PUTRI

223402516064



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NASIONAL

JAKARTA

2026

**PENGARUH GAMIFIKASI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS
PENGGUNA APLIKASI LAZADA PADA GENERASI Z
DI JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

TUGAS AKHIR

NABILAH HOULIA PUTRI

223402516064



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2026**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**PENGARUH GAMIFIKASI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS
PENGGUNA APLIKASI LAZADA PADA GENERASI Z**

DI JAKARTA SELATAN

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 31 Januari 2026



Nabilah Houlia Putri

NPM: 223402516064

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH GAMIFIKASI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI LAZADA PADA GENERASI Z DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Nabilah Houlia Putri**

Nomor Pokok : **223402516064**

Program Studi : **Manajemen**



Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen,



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta, 31 Januari 2026

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH GAMIFIKASI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI LAZADA PADA GENERASI Z DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Nabilah Houlia Putri**

Nomor Pokok : **223402516064**


Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)


Ketua Penguji,


(Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M.)

Anggota Penguji,


(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.)



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta, 5 Maret 2026

Tanggal Lulus: 25 Februari 2026

ABSTRAK

PENGARUH GAMIFIKASI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI LAZADA PADA GENERASI Z DI JAKARTA SELATAN

Oleh:

Nabilah Houlia Putri

NPM: 223402516064

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh Gamifikasi, Kemudahan Penggunaan dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Loyalitas pengguna aplikasi Lazada pada Generasi Z di Jakarta Selatan. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dengan penyebaran kuesioner pada 100 responden Generasi Z pengguna aplikasi Lazada di Jakarta Selatan. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Gamifikasi (X1), Kemudahan Penggunaan (X2) dan *Electronic Word of Mouth* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas (Y). Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pihak Lazada dalam usaha meningkatkan Loyalitas Generasi Z di Jakarta Selatan, melalui pengembangan Gamifikasi, peningkatan Kemudahan Penggunaan aplikasi, serta pengelolaan *Electronic Word of Mouth* dengan lebih efektif.

Kata Kunci: Gamifikasi, Kemudahan Penggunaan, *Electronic Word of Mouth* dan Loyalitas

ABSTRACT

THE EFFECT OF GAMIFICATION, EASY OF USE AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON LOYALTY OF LAZADA APPLICATION USERS AMONG GENERATION Z IN SOUTH JAKARTA

By:

Nabilah Houlia Putri

NPM: 223402516064

Thesis, under the guidance of Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

This research aims to analyze the influence of Gamification, Ease of Use and Electronic Word of Mouth on Loyalty among Generation Z Lazada Application Users in South Jakarta. The data in this study uses primary data obtained through questionnaires distributed to 100 Generation Z Lazada Application users in South Jakarta. Data analysis was conducted using SPSS (statistical Package for the Social Sciences) version 26 software. The results showed Gamification (X1), Ease of Use (X2) and Electronic Word of Mouth (X3) had a positive and significant effect on Loyalty (Y). Therefore, the results of this study are expected to be considered by Lazada in its efforts to increase Loyalty Generation Z in South Jakarta, through the development of Gamification, improving the application Ease of Use and more effective management of application Electronic Word of Mouth.

Keywords: *Gamification, Ease of Use, Electronic Word of Mouth and Loyalty*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Gamifikasi, Kemudahan Penggunaan dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Lazada pada Generasi Z di Jakarta Selatan” dengan baik. Tujuan dari penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan tugas akhir ini penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional dan juga selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan memberikan arahan kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir ini sehingga dapat terselesaikan.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Nasional.
6. Ibu Dr. Muhani, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat

yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.

8. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.
9. Kepada kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan moral, finansial, doa, serta pengorbanan yang tiada henti sepanjang hidup penulis sehingga penulis dapat menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas cinta dan kasih sayang yang menjadi sumber kekuatan utama bagi penulis dalam menghadapi berbagai tantangan.
10. Kepada saudara kandung penulis, Kanesyia Houlia Putri dan Alkhalifi Dzikri Hamizan, terima kasih atas doa dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
11. Kepada sahabat penulis, Puspa Indah Septiyani, terima kasih selalu mendengarkan penulis, membantu penulis dalam mencari responden, dan menemani penulis berpergian saat proses pembuatan tugas akhir ini dari awal hingga selesai.
12. Kepada “Sekeluarga Sepejaten” yaitu Haflah Ratu Ainnaya, Shinta Sri Rejeki, Hemalia Putri, terima kasih sudah menjadi teman penulis di kampus dari awal semester satu hingga sekarang, menemani penulis selama proses belajar di kampus, berdiskusi, membantu menyelesaikan tugas-tugas kuliah, selalu melibatkan penulis setiap pembagian kelompok dan meluangkan waktunya.
13. Kepada seluruh responden, terima kasih sudah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis.
14. Terakhir kepada diri sendiri, Nabilah terima kasih atas usaha yang dilakukan selama ini, keteguhan hati dalam menjalani dan menyelesaikan masa perkuliahan dari awal hingga penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih sudah mampu bertahan dan tidak menyerah dalam setiap melewati tantangan dan hambatan dalam menjalani pendidikan selama ini. Terima kasih sudah menjalani dan melewati semua ini dengan penuh semangat. Saya bangga kepada diri saya sendiri dan saya berharap ini menjadi awal dari pencapaian-pencapaian besar saya berikutnya di masa depan.

Saya menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak keterbatasan dan belum sempurna. Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

Akhir kata, penulis berharap semoga segala upaya dan kerja keras yang telah dilakukan mendapatkan ridho dari Allah SWT. serta dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak.

Terima kasih,

Wassallamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Jakarta, 31 Januari 2026

Nabilah Houlia Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL LUAR
HALAMAN SAMPUL JUDUL DALAM
LEMBAR PERNYATAAN
LEMBAR PERSETUJUAN
LEMBAR PENGESAHAN
ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Manajemen Pemasaran.....	7
1. Pengertian Pemasaran.....	7
2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
3. Gamifikasi.....	7
4. Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>).....	10
5. <i>Electronic Word of Mouth</i>	11
6. Loyalitas Pelanggan.....	12
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	15
1. Pengaruh Gamifikasi terhadap Loyalitas Pengguna.....	15
2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pengguna.....	16
3. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Loyalitas Pengguna.....	16
C. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	16

D. Kerangka Analisis	18
E. Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Objek Penelitian	20
B. Data Penelitian	20
1. Sumber dan Jenis Data	20
2. Populasi dan Sampel	20
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	22
C. Jenis Variabel yang Digunakan	23
1. Variabel Bebas (X)	23
2. Variabel Terikat (Y)	23
D. Definisi Operasional.....	23
E. Metode Analisis	24
1. Metode Analisis Deskriptif.....	24
2. Metode Analisis Inferensial.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
A. Hasil Penelitian.....	30
1. Deskripsi Data Penelitian	30
2. Lazada, Alibaba Group	30
3. Karakteristik Responden	35
4. Hasil Analisis Deskriptif	37
5. Hasil Penelitian.....	41
B. Pembahasan.....	49
1. Pengaruh Gamifikasi terhadap Loyalitas	49
2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas	51
3. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Loyalitas	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pendapatan Lazada dari Tahun 2020 - 2024	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebagai Rujukan	17
Tabel 3.1 Skala Likert	23
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	36
Tabel 4.4 Rata-Rata Total Skor <i>Mean</i> Loyalitas Pengguna	37
Tabel 4.5 Rata-Rata Total Skor <i>Mean</i> Gamifikasi (X1)	38
Tabel 4.6 Rata-Rata Total Skor <i>Mean</i> Kemudahan Penggunaan (X2)	39
Tabel 4.7 Rata-Rata Total Skor <i>Mean</i> <i>Electronic Word of Mouth</i> (X3)	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi	45
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4.15 Hasil Uji F	47
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	48
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis	18
Gambar 4.1 Gamifikasi Lazada (LazPanen)	32
Gambar 4.2 Gamifikasi Lazada (LazCoin)	32
Gambar 4.3 Gamifikasi Lazada (Go Go Match).....	33
Gambar 4.4 Gamifikasi Lazada (Laz Merge Boss).....	34

