

ABSTRAKSI

Ramadhany Putri Nurmawanti, Nomor Mahasiswa 152220080, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Gamification* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Customer Engagement* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Pengguna *Shopee Games* (Studi pada Generasi Z Pengguna *Shopee Games* di Kabupaten Sleman)”.

Pembimbing Humam Santosa Utomo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Gamification* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Customer Engagement* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Pengguna *Shopee Games* (Studi pada Generasi Z Pengguna *Shopee Games* di Kabupaten Sleman). Jenis Penelitian ini adalah *explanatory research*. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini yaitu penduduk Generasi Z dengan rentang usia 18-29 tahun yang berdomisili di Kabupaten Sleman. Jumlah sampel sebanyak 390 responden yang telah memenuhi kriteria penelitian. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan metode SEM-PLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Gamification* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Engagement*. *Customer Engagement* berpengaruh secara signifikan terhadap *Brand Loyalty*. *Gamification* berpengaruh secara signifikan terhadap *Brand Loyalty*. *Customer Engagement* memediasi pengaruh *Gamification* terhadap *Brand Loyalty* secara signifikan.

Saran yang diberikan penelitian ini ditujukan bagi perusahaan untuk mengembangkan dan meningkatkan fitur *Gamification* pada *Shopee Games* agar lebih menarik, interaktif, dan variatif sehingga dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan dalam penggunaan platform *Shopee* yang pada akhirnya meningkatkan *Brand Loyalty* pengguna *Shopee*. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan memperluas jumlah responden dan menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi *Brand Loyalty* sehingga model penelitian dapat menjadi lebih luas dan komprehensif serta dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

Kata Kunci: *Gamification, Brand Loyalty, Customer Engagement, Shopee Games.*