

SKRIPSI

**PENGARUH DIMENSI *E-SERVICESCAPE* DAN *GAMIFICATION*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN APLIKASI
ALFAGIFT**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

Oleh :

DIYANAH AFIFAH

2110312220067

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2025

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH DIMENSI *E-SERVICESCAPE* DAN *GAMIFICATION*
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN APLIKASI
ALFAGIFT**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Diyanah Afifah

NIM : 2110312220067

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 13 Juni 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



M Yudy Rachman, SE, MM

NIP. 19821023 200501 1 001

Mengetahui

Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si

NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Diyanah Afifah
NIM : 2110312220067
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Dimensi *E-Servicescape* Dan *Gamification*
Terhadap *Repurchase Intention* Pada Konsumen Aplikasi
Alfagift
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Jum'at, 13 Juni 2025

Tim Penguji

Pembimbing : M Yudy Rachman, SE, MM (.....)

Penguji I : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM


Penguji II : Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si, CMA, CPM (Asia)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat :

Nama : Diyanah Afifah
NIM : 2110312220067
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Dimensi *E-Servicescape* Dan *Gamification* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Konsumen Aplikasi Alfagift
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Jum'at, 13 Juni 2025
Waktu Ujian : 14.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji :

No	Nama Tim Penguji	Jabatan	Tanda Tangan Dosen
1	<u>M Yudy Rachman, SE, MM</u> NIP. 19821023 200501 1 001	Pembimbing	

Demikian berita acara perbaikan ujian skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 3 Juli 2025

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen


Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

Mahasiswa,


Diyanah Afifah
2110312220067

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 3 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Diyannah Afifah

2110312220067

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul "**Pengaruh Dimensi *E-Servicescape* dan *Gamification* Terhadap *Repurchase Intention* pada Konsumen Aplikasi *Alfagift***". Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Lambung Mangkurat.

Peneulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak dalam proses penyusunan skripsi. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat (ULM)
2. Prof. Dr. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Abdul Hadi, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen
4. M. Yudy Rachman, SE, MM. sebagai dosen pembimbing yang telah mendorong, membimbing, dan mendorong proses penyusunan skripsi ini.
5. Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM dan Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.SI. CMA, CPM (Asia) sebagai penguji skripsi, yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat berharga untuk membantu skripsi ini menjadi lebih baik.

6. Kedua orang tua penulis, Toil Sugeng Priyadi dan Sriyati, dengan segala cinta dan hormat, karya ini penulis persembahkan. Terima kasih atas perhatian tanpa henti, doa, bantuan, dan bimbingan yang telah mengiringi setiap langkah penulis hingga mampu berdiri sejauh ini. Segala pencapaian dan kesuksesan yang akan datang adalah berkat kalian, dan sepenuhnya untuk kalian.
7. Adik penulis, Muhammad Farid Ref'iliyano, yang membuat tawa dan semangat di tengah-tengah perjuangan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Fathul Huda, penulis berterima kasih atas semua doa, perhatian, dan dorongan yang tak pernah putus. Kehadiran dan dukunganmu telah menjadi kekuatan tersendiri dalam setiap langkah perjalanan ini
9. Teman-teman dan sahabat yang senantiasa memberikan semangat dan dalam proses penyelesaian skripsi ini

Penulis sangat menghargai kritik dan saran yang membangun karena penelitian ini masih jauh dari sempurna. Akhir kata, semoga penulis dan pembaca mendapatkan manfaat dari skripsi ini dan membantu pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang Manajemen Pemasaran.

Banjarmasin, 10 Juli 2025



Diyanah Afifah

Abstract

Diyana Afifah (2025). *The Influence of E-Servicescape and Gamification Dimensions on Repurchase Intention of Alfagift Application Consumers*. Advisor : M. Yudy Rachman, SE, MM.

The increasing availability of various online shopping applications has intensified competition in this market. The purpose of this study is to investigate how Alfagift application users' intentions to repurchase are impacted by gamification, layout and usefulness, financial security, and aesthetic appeal. Structural Equation Modeling (SEM) with Partial Least Squares (PLS) was used in a quantitative manner, and SmartPLS 4 software was used for analysis. Alfagift users in Banjarmasin made up the population, and there were 116 responders in the sample.

The findings indicate that users' desire to repurchase is significantly impacted by all four factors: gamification, layout & usefulness, financial stability, and aesthetic appeal. These findings indicate that an attractive interface, ease of use, transaction security, and engaging interactive features can encourage consumers to continue making repeat purchases.

Keyword : *Dimensions E-Servicescape, Gamification, Repurchase Intention*

Abstrak

Diyanah Afifah (2025). Pengaruh Dimensi E-Servicescape Dan Gamification Terhadap Repurchase Intention Pada Konsumen Aplikasi Alfagift. Pembimbing : M. Yudy Rachman, SE, MM.

Tersedianya berbagai aplikasi belanja online membuat persaingan di pasar ini semakin ketat Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor seperti daya tarik estetika, layout dan fungsionalitas, keamanan keuangan, gamification, dan minat beli ulang (repurchase intention) dimiliki oleh pengguna aplikasi Alfagift. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode analisis Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Ini dilakukan melalui penggunaan program SmartPLS 4.0. Populasi penelitian ini adalah pengguna aplikasi Alfagift di kota Banjarmasin dengan jumlah sampel sebesar 116 responden.

Hasil studi menunjukkan bahwa keempat variabel yaitu daya tarik etetika (*aesthetic appeal*), tata letak dan fungsi (*layout & functionality*), keamanan finansial (*financial security*), dan *gamification* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* pengguna Alfagift. Hal ini membuktikan bahwa tampilan menarik, kemudahan penggunaan, rasa aman dalam transaksi, serta fitur interaktif yang menyenangkan mampu mendorong niat konsumen untuk terus melakukan pembelian ulang.

Keyword : Dimensi Lingkungan Layanan Elektronik, Gamifikasi, Minat Beli Ulang

DAFTAR ISI

Lembar Legalitas	ii
Lembar Pengesahan Ujian Skripsi	iii
Lembar Berita Acara Perbaikan Skripsi	iv
Pernyataan Orisinalitas	v
Kata Pengantar	vi
Abstract	viii
Abstrak	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Pembahasan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	36
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	46
PENELITIAN	
3.1 Kerangka Konseptual	42
3.2 Hipotesis Penelitian	44
BAB IV METODE PENELITIAN	47
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	47
4.2 Jenis Penelitian	47
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian	48
4.4 Unit Analisis	49
4.5 Populasi dan Sampel	49
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	51

4.7 Teknik Pengumpulan Data	53
4.8 Teknik Analisis Data.....	53
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	57
5.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	57
5.2 Hasil dan Analisis	59
BAB VI PENUTUP	91
6.1 Kesimpulan	91
6.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator variabel <i>aesthetic appeal</i>	22
Tabel 2.2 Indikator variabel <i>layout and functionality</i>	21
Tabel 2.3 Indikator variabel <i>financial security</i>	23
Tabel 2.4 Hasil penelitian sebelumnya	36
Tabel 4.1 Variabel dan definisi operasional variabel	52
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	61
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja.....	62
Tabel 5.6 Pertanyaan Terbuka terkait <i>Aesthetic Appeal</i>	63
Tabel 5.7 Tanggapan responden pada variabel <i>Aesthetic Appeal</i>	64
Tabel 5.8 Tanggapan responden pada variabel <i>layout & functionality</i>	65
Tabel 5.9 Tanggapan responden pada variabel <i>Financial Security</i>	66
Tabel 5.10 Tanggapan responden pada variabel <i>Gamification</i>	67
Tabel 5.11Tanggapan responden pada variabel <i>Repurchase Intention</i>	68
Tabel 5.12 Hasil pengujian validitas.....	71
Tabel 5. 13 Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	72
Tabel 5.14 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	72
Tabel 5.15 Nilai <i>Composite Reliability</i>	73
Tabel 5.16 <i>Discriminant Validity</i> berdasarkan <i>Crosloading</i>	74
Tabel 5.17 <i>Discriminant Validity</i> berdasarkan HTMT	75
Tabel 5.18 R Square	77
Tabel 5.19 Pengujian hipotesis prosedur <i>bootstraping</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data sekunder survei Jakpat 2022.....	2
Gambar 1.2 Data sekunder survei Populix 2024.....	3
Gambar 1.3 Tampilan <i>aesthetic appeal</i> aplikasi Alfagift	5
Gambar 1.4 Tampilan <i>layout&functionality</i> aplikasi alfagift	6
Gambar 1.5 Tampilan <i>financial security</i> aplikasi alfagift.....	7
Gambar 1.6 Tampilan <i>gamification</i> pada aplikasi alfagift	9
Gambar 1.7 Survei awal 2024	10
Gambar 1.8 Survei awal 2024	11
Gambar 1.9 Survei awal 2024.....	12
Gambar 3.1 Kerangka Konspetual.....	43
Gambar 5.1 Struktur organisasi	60
Gambar 5.2 Tampilan model penelitian pada software SmartPLS 4.0.....	69
Gambar 5.3 Tampilan uji validitas pada software SmartPLS 4.0.....	70
Gambar 5.4 Tampilan uji hipotesis prosedur <i>bootstraping</i> pada software SmartPLS 04	59

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	101
Lampiran 2 Hasil Olah Data Menggunakan Smart PLS 4.0.....	105