



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

PENGARUH GAMIFIKASI TERHADAP MOTIVASI GEN Z UNTUK MENGGUNAKAN BANK NEO : PERAN MEDIASI *ENJOYMENT DAN USEFULNESS (STUDI DI JABODETABEK)*



Disusun oleh:

Yuski Paras Pramudita/2104421062

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN

PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

TAHUN 2025

SKRIPSI TERAPAN



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PENGARUH GAMIFIKASI TERHADAP MOTIVASI GEN Z
UNTUK MENGGUNAKAN BANK NEO : PERAN MEDIASI
ENJOYMENT DAN USEFULNESS (STUDI DI JABODETABEK)**



Disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi dari
Politeknik Negeri Jakarta

Disusun oleh:
Yuski Paras Pramudita/2104421062

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yuski Paras Pramudia

NIM : 2104421062

Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan

Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa yang dituliskan di dalam Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan (plagiasi) karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas akhir telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Depok, 16 Juni 2025



Yuski Paras Pramudita

NIM. 2104421062



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

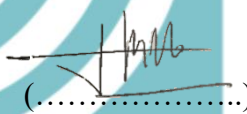
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Yuski Paras Pramudita
NIM : 2104421062
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan
Judul Skripsi : Pengaruh Gamifikasi Terhadap Motivasi Gen Z untuk Menggunakan Bank Neo : Peran Mediasi *Enjoyment* dan *Usefulness* (Studi di Jabodetabek)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar S.Tr.M pada Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Heri Abrianto, S.E., M.M. 

Anggota Penguji : Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si. 

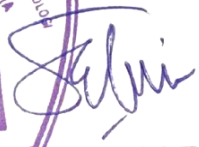
DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 16 Juni 2025



Ketua Jurusan Akuntansi


Dr. Sabar Warsini S.E., M.M.

NIP. 196404151990032002



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yuski Paras Pramudita
NIM : 2104421062
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan
Judul Skripsi : Pengaruh Gamifikasi Terhadap Motivasi Gen Z untuk Menggunakan Bank Neo : Peran Mediasi *Enjoyment* dan *Usefulness* (Studi di Jabodetabek)

Disetujui oleh Pembimbing

Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si.

NIP.196211161992032001

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Diketahui Oleh

Ketua Program Studi

Keuangan dan Perbankan Terapan

Heri Abrianto, S.E., M.M.

NIP. 196510051997021001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Terapan di bidang Keuangan dan Perbankan. Penulis merasa bersyukur karena skripsi yang berjudul “Pengaruh Gamifikasi Terhadap Motivasi Gen Z untuk Menggunakan Bank Neo : Peran Mediasi *Enjoyment* dan *Usefulness* (Studi di Jabodetabek)”.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari telah menerima banyak dukungan, arahan, semangat, serta masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan yang berharga ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak berikut:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta yang membantu penulis dalam memperlancar serangkaian pengesahan skripsi.
3. Bapak Heri Abrianto, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan yang turut serta mendukung penulis dalam pembuatan skripsi.
4. Ibu Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, membantu dan memberikan arahan mengenai materi dan penulisan skripsi.
5. Seluruh Dosen dan Staff administrasi yang telah berbagi ilmu yang sangat berharga kepada penulis, khususnya dalam lingkup Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan di Politeknik Negeri Jakarta.
6. Kedua orang tua yaitu Bapak Moch Yusep dan Ibu Anjar Budi Sri Dermi Rejeki serta adik yaitu Bayu Isnawan yang senantiasa mendukung sekaligus memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh teman-teman seperbimbingan Ibu Tetty (Ervina, Evi, Shelli, Alya, Ikrar, Tara, Nursyahbani, Muhap, Ara, Anggi) yang dari awal selalu memberikan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

semangat satu sama lain, saling mendukung, membantu dan memberi tawa dalam proses penulisan skripsi ini.

8. Kepada Nurman Kahfiana dan Muhammad Irsan Nasution sebagai orang yang sangat dekat dengan penulis baik menemani berkeluh kesah maupun menemani tertawa bersama-sama disaat lelahnya menyusun skripsi.
9. Kepada Nazwa Zayana Putri Rani, seseorang yang kehadirannya tidak diduga akan tetapi pengaruhnya sangat bermanfaat untuk penulis baik menemani saat menyusun skripsi, memotivasi dan percaya kalau penulis bisa menyelesaikan skripsi pada sidang satu.
10. Seluruh teman-teman Program Studi Keuangan dan Perbankan angkatan 2021 dan jurusan Akuntansi angkatan 2021 yang telah memberi warna pada perkuliahan ini.
11. Seluruh Responden yang sudah meluangkan waktunya dan bersedia untuk mengisi kuesioner skripsi ini.
12. Kepada diriku sendiri, walaupun banyak teman-teman yang mendukung tetapi semua harus dimulai dari diri sendiri, terima kasih karena sudah kuat menjalani semua ini dengan tetap menjadi diri sendiri dan tetap berprinsip dengan apa yang dianggap benar.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan serta saran yang membangun dari berbagai pihak guna perbaikan dan pengembangan ke arah yang lebih baik. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pembaca yang membutuhkan.

Depok, 16 Juni 2025

Penulis

Yuski Paras Pramudita

NIM. 2104421062



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuski Paras Pramudita

NIM : 2104421062

Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan

Jurusan : Akuntansi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Gamifikasi Terhadap Motivasi Gen Z untuk Menggunakan Bank Neo :
Peran Mediasi *Enjoyment* dan *Usefulness* (Studi di Jabodetabek)

Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 16 Juni 2025

Yang menyatakan

Yuski Paras Pramudita



Yuski Paras Pramudita Program Studi Keuangan dan Terapan Pengaruh Gamifikasi Terhadap Motivasi Gen Z untuk Menggunakan Bank Neo : Peran Mediasi *Enjoyment* dan *Usefulness* (Studi di Jabodetabek)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam sektor perbankan, termasuk munculnya bank digital seperti Bank Neo yang mengadopsi elemen gamifikasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh elemen gamifikasi terhadap motivasi Gen Z dalam menggunakan Bank Neo, dengan *enjoyment* dan *usefulness* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausal. Data dikumpulkan melalui kuesioner online kepada 135 responden Gen Z yang merupakan pengguna aktif Bank Neo dan berdomisili di wilayah Jabodetabek. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa gamifikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi Gen Z untuk menggunakan Bank Neo. Selain itu *enjoyment* juga terbukti berpengaruh signifikan secara langsung dan sekaligus memediasi hubungan antara gamifikasi dan motivasi, yang menekankan pentingnya pengalaman menyenangkan dalam mendorong keterlibatan pengguna. Sebaliknya, *usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi dan tidak memediasi antara gamifikasi dan motivasi. Meskipun demikian, gamifikasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap *usefulness*, yang menunjukkan bahwa elemen gamifikasi mampu meningkatkan persepsi kegunaan aplikasi meskipun tidak secara langsung mendorong motivasi. Temuan ini memberikan implikasi bagi pengembang bank digital untuk lebih menekankan pada aspek *enjoyment* guna meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pengguna, khususnya dari kalangan Gen Z.

Kata Kunci: Bank Digital, Bank Neo, *Enjoyment*, Gen Z, Motivasi, *Usefulness*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Yuski Paras Pramudita Applied Finance and Banking Study Program The Effect of Gamification on Gen Z Motivation to Use Neo Bank: The Mediating Role of Fun and Usability (Study in Jabodetabek)

ABSTRACT

The development of digital technology has driven major transformations in the banking sector, including the emergence of digital banks such as Neo Bank that adopt gamification elements to enhance user experience. This study aims to examine the influence of gamification elements on Gen Z's motivation to use Bank Neo, with enjoyment and usefulness as mediating variables. This study uses a quantitative approach with a causal method. Data was collected through an online questionnaire to 135 Gen Z respondents who are active users of Bank Neo and live in the Greater Jakarta area. Data analysis was carried out using the Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS) method. The results showed that gamification has a positive and significant effect on Gen Z's motivation to use Bank Neo. In addition, enjoyment is also shown to have a significant effect directly and at the same time mediates the relationship between gamification and motivation, which emphasizes the importance of pleasant experiences in encouraging user engagement. In contrast, usefulness did not have a significant effect on motivation and did not mediate the relationship between gamification and motivation. Nonetheless, gamification was found to have a significant effect on usability, which suggests that gamification elements can increase the perceived usefulness of an app even if they do not directly drive motivation. These findings provide implications for digital bank developers to emphasize more on the enjoyment aspect to increase user engagement and loyalty, especially from Gen Z.

Keywords: *Digital Bank, Enjoyment, Gen Z, Motivation, Neo Bank, Usefulness*



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Bank Digital	13
2.1.2 Gamifikasi	14
2.1.3 Elemen Gamifikasi Pada Bank Neo	16
2.2.1 <i>Self-Determination Theory</i> (SDT)	17
2.2.2 Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik.....	18
2.3.1 <i>Flow Theory</i>	19
2.3.2 <i>Enjoyment</i>	20
2.4.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	21
2.4.2 <i>Usefulness</i>	21
2.5.1 Generasi Z	22

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.6	Penelitian Terdahulu.....	23
2.7	Kerangka Pemikiran.....	24
2.8	Pengembangan Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Objek Penelitian	28
3.3	Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.3.1	Populasi dan Sampel	28
3.4	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	29
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	30
3.6	Variabel Mediasi.....	31
3.7	Variabel Operasional	31
3.8	Metode Analisis Data	33
3.8.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Gambaran Umum Responden	37
4.2	Hasil Uji SEM-PLS.....	40
4.2.1	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	40
4.2.2	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	44
4.3	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	48
4.3.1	Pengaruh Gamifikasi Terhadap Motivasi Gen Z untuk menggunakan Bank Neo	49
4.3.2	Pengaruh Gamifikasi Terhadap <i>Enjoyment</i>	50
4.3.3	Pengaruh Gamifikasi Terhadap <i>Usefulness</i>	50
4.3.4	Pengaruh <i>Enjoyment</i> Terhadap Motivasi Gen Z untuk menggunakan Bank Neo	51
4.3.5	Pengaruh <i>Usefulness</i> Terhadap Motivasi Gen Z untuk menggunakan Bank Neo	51
4.3.6	Pengaruh <i>Enjoyment</i> memediasi hubungan antara Gamifikasi dan Motivasi Gen Z untuk menggunakan Bank Neo.	52
4.3.7	Pengaruh <i>Usefulness</i> memediasi hubungan antara Gamifikasi dan Motivasi Gen Z untuk menggunakan Bank Neo.	53



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V KESIMPULAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran Penelitian.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	66





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Table 1 Pendorong Penggunaan Bank Digital	1
Table 2 Pengguna Bank Digital Tahun 2023	3
Table 3 Pengguna Bank Neo dari Tahun 2020 - Tahun 2023	9
Table 4 Uji Skala Likert	30
Table 5 Tabel Variabel Operasional.....	33
Table 6 <i>Rule of Thumb Outer Model</i>	35
Table 7 <i>Rule of Thumb Inner Model</i>	36
Table 8 Nilai <i>Loading Factor</i> Seluruh Variabel	42
Table 9 <i>Discriminant Validity - Cross Loadings</i>	43
Table 10 Konstruk Reabilitas dan Validitas	44
Table 11 Nilai <i>R Square</i> Variabel Endogen.....	45
Table 12 Pengukuran Signifikansi <i>Path Coefficient</i>	47
Table 13 Pengukuran <i>Specific Indirect Effects</i>	48

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Neo World	4
Gambar 2 Elemen <i>Point</i>	5
Gambar 3 Elemen <i>Reward</i>	6
Gambar 4 Elemen <i>Badge</i> dan <i>Level</i>	7
Gambar 5 Landasan Teori	13
Gambar 6 Elemen Gamifikasi Pada Bank Neo	16
Gambar 7 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Gambar 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Gambar 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	38
Gambar 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	38
Gambar 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Gambar 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	39
Gambar 14 Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Konvensional yang Dimiliki	39
Gambar 15 Pengujian Model Pengukuran Tahap 1	40
Gambar 16 Pengujian Model Pengukuran Tahap 2	41
Gambar 17 Hasil Analisis <i>Boostrapping</i>	46



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penelitian Terdahulu	66
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 3 Data Penelitian.....	78
Lampiran 4 Distribusi Pertanyaan.....	80





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mendorong sektor perbankan untuk bertransformasi secara digital, dengan fokus pada kebutuhan dan keinginan nasabah. Digitalisasi menjadi keharusan bagi institusi perbankan agar tetap relevan dan mampu bersaing di pasar yang sangat dinamis. Oleh karena itu, bank-bank merombak produk dan layanannya ke arah mobilisasi digital dengan tujuan utama meningkatkan kemudahan, efisiensi, penghematan biaya, serta kepuasan nasabah. Transformasi tersebut kini meliputi integrasi multichannel, otomatisasi proses transaksi, dan penyediaan fitur interaktif yang semakin memanjakan pengguna (Chauhan et al., 2021).

Pertumbuhan bank digital didorong kuat oleh Gen Z, yang menyumbang yang menyumbang hingga 60% dari total pengguna baru dan 40% lagi didominasi oleh gen milenial (Populix, 2024). Hal ini dikarenakan bank digital sangat cocok dengan karakteristik gen z yang terbiasa dengan teknologi sejak kecil atau dikenal sebagai digital *native*. Teknologi dan internet membentuk karakteristik gen z yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap inovasi digital yang memiliki pengalaman interaktif sehinga menjadikan bank digital sebagai pilihan utama. Berikut ini adalah faktor-faktor yang mendorong Gen Z dan Milenial menggunakan layanan bank digital:

Faktor Pendorong Gen Z dan Milenial Menggunakan Bank Digital		
No	Keterangan	Persentase
1	<i>Transfer</i> dana cepat dan mudah	66%
2	Integrasi dengan e-wallet dan layanan pembayaran lainnya	64%
3	Transaksi mudah di mana saja	64%
4	Biaya transaksi dan admin lebih terjangkau	64%
5	Mendukung banyak transaksi dalam satu aplikasi	59%
6	Pembuatan akun mudah	55%
7	Banyak promosi yang tidak tersedia di <i>mobile banking</i>	48%
8	Keamanan transaksi yang lebih baik	46%
9	Program loyalitas atau <i>reward</i>	36%
10	Memiliki fitur investasi dan manajemen keuangan	32%

Table 1 Pendorong Penggunaan Bank Digital
Sumber: (Populix, 2024)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Persaingan bisnis yang semakin kompetitif memaksa perbankan untuk terus berinovasi agar dapat menarik minat nasabah baru dan mempertahankan loyalitas nasabah lama terutama gen z yang merupakan bagian penting yang mendorong hadirnya bank digital. Bank digital dibuat untuk mendukung banyak transaksi dalam satu aplikasi (59%), tidak hanya terkait perbankan, tetapi juga transaksi seperti pembayaran QRIS, pembayaran tagihan listrik, air, telepon, BPJS, pendidikan sampai investasi. Dengan banyaknya fitur yang ada pada bank digital, hal ini menjadi daya tarik bagi pengguna yang menginginkan layanan perbankan yang cepat, fleksibel dan juga modern. Meskipun begitu, bank digital tidak hanya menawarkan produk dan jasa, tetapi pengalaman pengguna yang menarik dan juga interaktif. Banyak promosi yang tidak ada pada *mobile banking* (48%), tetapi ada pada bank digital. Salah satu bentuk promosi yang dilakukan adalah mengadopsi gamifikasi pada produk dan layanan perbankan digital. Dikutip dari (Deterding & Bredow, 2011), (Wangi et al., 2019) gamifikasi merupakan penerapan elemen-elemen permainan dalam konteks non-permainan. Implementasi gamifikasi ditujukan sebagai pendorong untuk mempromosikan hal-hal mendasar seperti pembelajaran, kinerja karyawan dan keterlibatan karyawan (Febriansah et al., 2024).

Gamifikasi yang merupakan teknologi modern dan inovatif menjadi sorotan di berbagai bidang. Hal ini dikarenakan tren penggunaan elemen gamifikasi dapat meningkatkan motivasi (Rahmi et al., 2025). Pada pendidikan, hasil penelitian (Wardana & Sagoro, 2019) menjelaskan implementasi gamifikasi melalui media Kahoot berhasil meningkatkan motivasi belajar. Hasil serupa juga didapat pada penelitian (Januari, 2023) yang menggunakan Quizziz sebagai media pembelajaran. Pada bidang kesehatan, (Fatudin, 2023) menyimpulkan bahwa aplikasi donor darah yang menerapkan elemen gamifikasi dapat meningkatkan motivasi generasi muda untuk melakukan donor darah sukarela secara rutin. Dalam program *crowdfunding*, (Yakto, 2024) menemukan bahwa elemen gamifikasi seperti *level*, *lencana*, *tantangan*, *leaderboard* dan *feedback* secara signifikan meningkatkan motivasi penonton untuk berdonasi. Selain itu, gamifikasi berpengaruh secara signifikan pada loyalitas konsumen dengan indikator motivasi (Adrian Jeremiah, 2023).

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Begitupun pada dunia perbankan, selain digunakan untuk menarik perhatian nasabah, gamifikasi juga menjadi alat untuk meningkatkan keterlibatan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital.

Bank Neo merupakan bank digital yang mengimplementasikan konsep gamifikasi pada fitur dan layanannya. Pada tahun 2023, Bank Neo berhasil mencatatkan jumlah pengguna bank digital terbanyak yaitu 25,6 juta. Hal ini didukung dengan studi (Gandasari & Mauritsius, 2023) yang mengatakan penerapan elemen-elemen gamifikasi ternyata mampu meningkatkan loyalitas nasabah terhadap layanan bank digital.

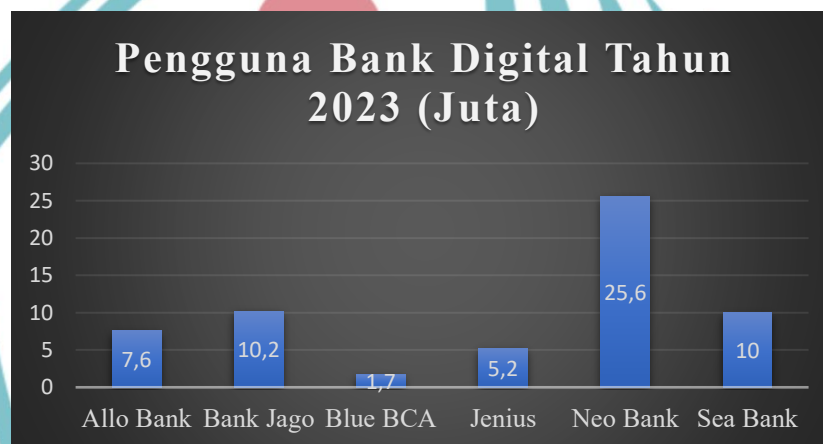


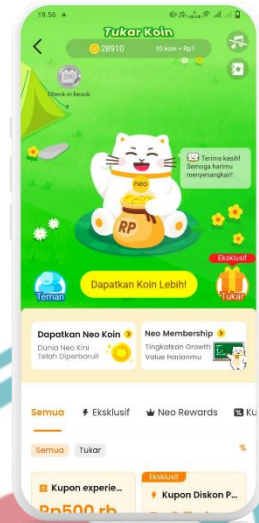
Table 2 Pengguna Bank Digital Tahun 2023

Sumber: Data diolah

Dari beberapa bank digital diatas, Bank Neo merupakan satu-satunya bank digital yang mengadopsi gamifikasi. Hal ini menjadi strategi untuk meningkatkan motivasi calon nasabah atau nasabah lama untuk menggunakan Bank Neo. Motivasi sendiri memiliki fungsi memberi energi dan mengarahkan. Istilah lain untuk menunjukkan aspek atau kondisi motivasi tertentu yakni kebutuhan, keinginan atau minat (Seven, 2020). Motivasi merupakan salah satu variabel yang umum dipelajari dalam berbagai riset mengenai gamifikasi. Pengalaman yang menarik melalui fitur yang tergamifikasi pada Bank Neo dapat meningkatkan nilai yang dirasakan oleh pengguna. *Neo World* merupakan fitur permainan interaktif yang ada pada aplikasi Bank Neo. Elemen gamifikasi seperti *quest*, *point*, *reward*, *badge*, dan *level* terdapat pada fitur *Neo World*.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



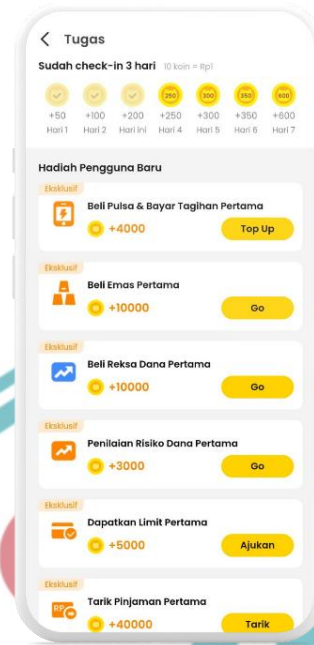
Gambar 1 Neo World

Sumber: Aplikasi Bank Neo

Elemen *point* pada Bank Neo memiliki peran yang sangat penting, karena *point* tersebut memberikan berbagai manfaat bagi nasabah. Untuk memperoleh *point*, Bank Neo menerapkan elemen *quest* yang memungkinkan nasabah menyelesaikan berbagai misi seperti membeli pulsa, membeli emas, melakukan pembayaran menggunakan QRIS, dan lain sebagainya. Setiap misi yang berhasil diselesaikan akan memberikan *point* yang dapat digunakan untuk menikmati berbagai keuntungan. Elemen *quest* merupakan tantangan yang harus diselesaikan untuk mendapatkan *point*, yang pada akhirnya dapat meningkatkan *enjoyment* pada pengguna. Banyak orang yang menyukai *quest* karena tantangan yang diberikan menciptakan pengalaman yang menyenangkan (Chen et al., 2012). Saat seseorang merasa tertantang, orang itu juga akan merasakan keseruan dalam aktivitas yang sedang dilakukan. Selain itu, pemberian *point* juga memperkuat perasaan *enjoyment* (Eickhoff et al., 2012). *Enjoyment* yang dirasakan ini berperan penting dalam meningkatkan motivasi pengguna, karena pengalaman yang menyenangkan mendorong pengguna untuk terus berpartisipasi dan menyelesaikan tantangan yang ada.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



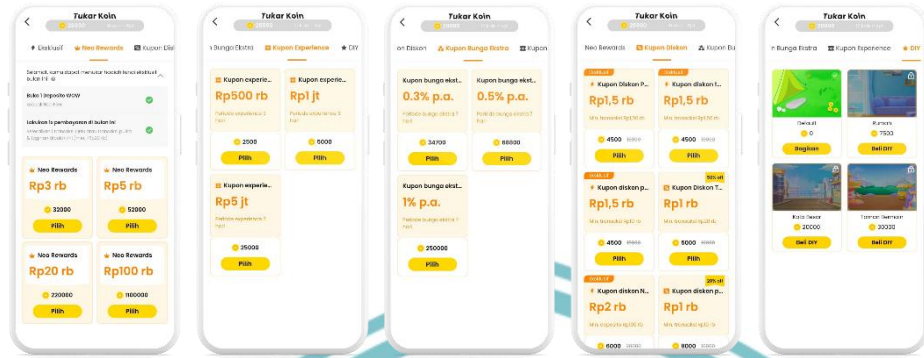
Gambar 2 Elemen *Point*

Sumber: Aplikasi Bank Neo

Elemen *reward* berfungsi sebagai sarana untuk menukarkan *point* yang telah dikumpulkan oleh nasabah. Bank Neo menyediakan berbagai jenis *reward* yang bisa ditukarkan seperti uang tunai, kupon *experience*, kupon diskon deposito dan *extra* bunga, diskon *top up* dan pembayaran sampai DIY yang membuat latar belakang *Neo World* menjadi lebih menarik. Adanya elemen *reward* merupakan komponen yang *enjoyment* pengguna (Lyons, 2015). Selain memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan, elemen *reward* di Bank Neo juga memiliki berbagai kegunaan (*usefulness*). Contohnya seperti kupon *extra* bunga, pengguna akan memperoleh keuntungan dari bunga deposito yang lebih tinggi. Kombinasi antara *enjoyment* dan *usefulness* ini berperan penting dalam meningkatkan motivasi pengguna, karena pengguna tidak hanya merasa senang, tetapi juga melihat nilai tambah yang diperoleh. Hal ini mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi (Nashren et al., 2023).

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



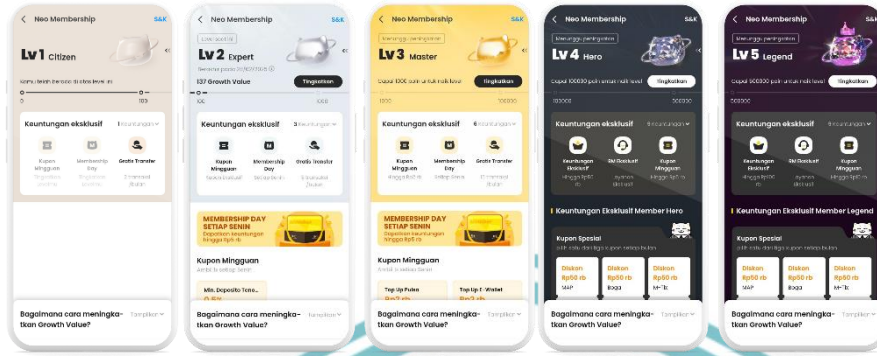
Gambar 3 Elemen *Reward*

Sumber: Aplikasi Bank Neo

Elemen *level* dan *badge* berfungsi sebagai indikator bagi nasabah yang telah menyelesaikan tugas tertentu. Setiap kali menyelesaikan tugas, nasabah akan memperoleh *point* yang digunakan untuk mengisi *progress bar*. Setelah *progress bar* terisi penuh, nasabah akan naik ke *level* berikutnya dan *badge* yang ditampilkan akan berubah sesuai dengan pencapaiannya. Selain sebagai penanda pencapaian, elemen ini juga memberikan berbagai keuntungan bagi nasabah, seperti *transfer* gratis, tarik tunai tanpa biaya, kupon mingguan, serta hadiah khusus pada ulang tahun. Semakin tinggi *level* yang dicapai, semakin baik *badge* yang ditampilkan, dan semakin banyak pula keuntungan yang dapat diperoleh oleh nasabah. Peningkatan *level* dan perolehan *badge* yang lebih baik dapat memberikan manfaat tambahan bagi pengguna, yang nantinya akan meningkatkan persepsi *usefulness* pengguna. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Rimenda et al., 2022), elemen *level* dalam konteks menabung dapat memberikan tantangan bagi nasabah, sementara elemen *badge* menjadi faktor yang paling berpengaruh. Dengan kata lain, kombinasi elemen *level* dan *badge* membuat nasabah lebih menikmati proses menabung serta merasakan manfaat (*usefulness*) dari uang yang telah nasabah kumpulkan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 4 Elemen Badge dan Level

Sumber: Aplikasi Bank Neo

Elemen gamifikasi pada Bank Neo memiliki peran penting dalam mengaktivasi motivasi nasabah melalui *enjoyment* dan *usefulness*. *Enjoyment* merujuk pada tingkat kegembiraan atau kesenangan yang dirasakan pengguna ketika berinteraksi dengan aplikasi, di mana hal ini terbentuk melalui interaksi dengan elemen-elemen permainan yang dirancang dengan baik. Pada Bank Neo, *enjoyment* menjadi faktor penting dalam meningkatkan keterlibatan dan kepuasan, mendorong pengguna untuk lebih sering berinteraksi dan menggunakan banyak fitur yang tersedia. Berdasarkan penjelasan (Hasan, 2021) manfaat yang melekat seperti hiburan dan kenikmatan menjadi alasan sebagian besar pelanggan menerima teknologi baru. Ketika teknologi menawarkan kemudahan sekaligus memberikan kesenangan, nasabah akan merasa lebih puas dan termotivasi untuk terus menggunakan layanan tersebut. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh (Hasan et al., 2021) bahwa *enjoyment* berpengaruh positif terhadap niat belanja *online*. Kemudian (Huang & Liu, 2024) menyimpulkan hasil pada pendidikan bahwa *enjoyment* terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dalam menjelaskan hubungan antara konfirmasi (hasil yang diharapkan) dan niat untuk terus melanjutkan pembelajaran. Walaupun demikian, belum ada penelitian yang membahas pengaruh gamifikasi terhadap motivasi menggunakan perbankan digital khususnya Bank Neo dengan *enjoyment* sebagai moderasi.

Selain *enjoyment*, *usefulness* juga merupakan faktor yang mempengaruhi motivasi. Elemen gamifikasi seperti *reward* memberi berbagai kegunaan seperti kupon dan ekstra bunga yang nantinya bisa digunakan untuk produk perbankan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

seperti tabungan dan deposito. *Level* dan *badge* juga memberikan banyak manfaat kepada pengguna, semakin tinggi *level* maka semakin bagus juga *badge* yang ditampilkan dan semakin banyak juga manfaat yang akan didapatkan oleh pengguna. Hal ini sejalan dengan studi (Hamari & Koivisto, 2015) bahwa penggunaan gamifikasi didorong kuat oleh *usefulness* dan *enjoyment*. Kemudian hubungan antara *usefulness* dengan motivasi dibahas oleh (Islami et al., 2021) menunjukkan bahwa *usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem aktual pada aplikasi bimbingan belajar online Ruangguru. Dengan demikian *usefulness* memiliki peranan penting untuk menjembatani antara gamifikasi terhadap motivasi penggunaan Bank Neo.

Dalam era digital yang semakin berkembang, layanan perbankan mengalami transformasi digital salah satunya dengan hadirnya Bank Neo. Bank Neo menawarkan kemudahan dan inovasi berbasis teknologi. Penerapan elemen gamifikasi pada layanan perbankan merupakan cara untuk meningkatkan pengalaman pengguna yang sangat disukai oleh gen z. Mengingat kecenderungan gen z yang menghargai pengalaman interaktif dan inovasi, penerapan elemen gamifikasi pada Bank Neo menjadi strategi yang efektif untuk menarik dan mempertahankan minat gen z, karena selain memenuhi kebutuhan fungsional, hal ini juga memberikan nilai hiburan serta pengalaman yang menyenangkan. Meskipun gamifikasi telah banyak diterapkan di berbagai sektor seperti pendidikan dan kesehatan, penelitian mengenai penerapannya dalam perbankan digital masih terbatas. Secara khusus, belum banyak penelitian yang mengeksplorasi bagaimana elemen gamifikasi pada Bank Neo dapat mempengaruhi motivasi pengguna dengan *enjoyment* dan *usefulness* sebagai variabel mediasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap tersebut dan penulis mengangkat judul penelitian **“Pengaruh Gamifikasi terhadap Motivasi Gen Z untuk Menggunakan Bank Neo : Peran Mediasi *Enjoyment* dan *Usefulness* (Studi di Jabodetabek)”**. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana gamifikasi dapat membantu meningkatkan penggunaan Bank Neo melalui *enjoyment* dan *usefulness*. Hasilnya diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengembang

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bank Neo dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan pengalaman dan loyalitas pengguna.

1.2 Rumusan Masalah

Penerapan elemen gamifikasi sudah terbukti meningkatkan motivasi pada berbagai bidang seperti pendidikan, kesehatan, keuangan, dan pemasaran. Motivasi merupakan salah satu variabel yang umum dipelajari dalam berbagai riset mengenai gamifikasi. Alasannya gamifikasi membuat kegiatan yang dilakukan menjadi lebih menantang dan menyenangkan. Seperti studi yang dilakukan (Öden et al., 2021) pada Kahoot, bahwa Kahoot meningkatkan motivasi belajar dan menurunkan kecemasan ujian karena siswa menganggap Kahoot lucu. Kemudian hasil penelitian (Adrian Jeremiah, 2023) menjelaskan kalau gamifikasi menjadi salah satu variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dengan kata lain, gamifikasi membuat pengguna menjadi lebih terlibat karena memunculkan kesenangan (*enjoyment*). Pada konteks Bank Neo, melalui elemennya, gamifikasi memberi banyak manfaat seperti adanya kupon bunga tambahan pada deposito, layanan transfer gratis ke semua bank, sampai pemberian hadiah saat ulang tahun pengguna. Hal ini membuat gamifikasi menjadi berguna (*usefulness*) karena mendukung berbagai keuntungan jika mencapai target yang sudah ditentukan.

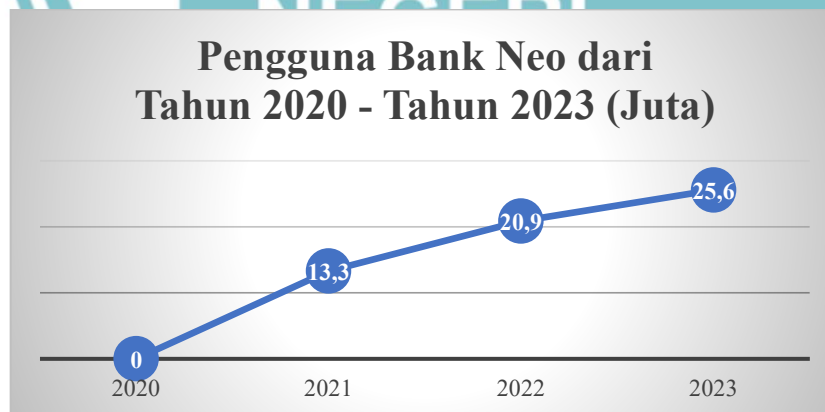


Table 3 Pengguna Bank Neo dari Tahun 2020 - Tahun 2023

Sumber: Data diolah

Meskipun gamifikasi terbukti dapat meningkatkan motivasi dalam berbagai bidang, belum ada studi yang secara khusus menguji hubungan ini dalam



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

konteks bank digital di Indonesia. Sejak bertransformasi menjadi bank digital pada tahun 2020, pengguna Bank Neo terus meningkat hingga 25,6 juta pengguna pada tahun 2023. Angka ini membuat Bank Neo menjadi bank digital dengan pengguna terbanyak diantara bank digital lainnya. Selain itu, *enjoyment* dan *usefulness* sering disebut dalam penelitian sebagai faktor yang memengaruhi adopsi teknologi, tetapi belum diketahui apakah keduanya benar-benar berperan dalam hubungan antara gamifikasi dan motivasi pengguna Bank Neo. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan yaitu apakah motivasi menggunakan Bank Neo meningkat karena adanya gamifikasi yang dalam konteks ini memunculkan kesenangan (*enjoyment*) dan kegunaan (*usefulness*).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka didapatkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Gamifikasi terhadap motivasi menggunakan Bank Neo.
2. Bagaimana pengaruh Gamifikasi terhadap *Enjoyment*.
3. Bagaimana pengaruh *Enjoyment* terhadap motivasi menggunakan Bank Neo.
4. Apakah *Enjoyment* memediasi hubungan antara Gamifikasi dan motivasi menggunakan Bank Neo.
5. Bagaimana pengaruh Gamifikasi terhadap *Usefulness*.
6. Bagaimana pengaruh *Usefulness* terhadap motivasi menggunakan Bank Neo.
7. Apakah *Usefulness* memediasi hubungan antara Gamifikasi dan motivasi menggunakan Bank Neo.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam melakukan penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui bahwa Gamifikasi berpengaruh terhadap motivasi menggunakan Bank Neo.
2. Untuk mengetahui bahwa Gamifikasi berpengaruh terhadap *Enjoyment*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Untuk mengetahui bahwa *Enjoyment* berpengaruh terhadap motivasi menggunakan Bank Neo.
4. Untuk mengetahui bahwa *Enjoyment* memediasi hubungan antara Gamifikasi dan motivasi menggunakan Bank Neo.
5. Untuk mengetahui bahwa Gamifikasi berpengaruh terhadap *Usefulness*.
6. Untuk mengetahui bahwa *Usefulness* berpengaruh terhadap motivasi menggunakan Bank Neo.
7. Untuk mengetahui bahwa *Usefulness* memediasi hubungan antara Gamifikasi dan motivasi menggunakan Bank Neo.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan dengan harapan memberikan manfaat bagi pembaca, antara lain:

1. Manfaat Teoritis Penelitian

Penelitian ini disusun oleh penulis sebagai salah satu persyaratan kelulusan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan di Politeknik Negeri Jakarta. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan wawasan mengenai pengaruh fitur gamifikasi terhadap minat dalam menggunakan layanan bank digital. Temuan dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber informasi, referensi, dan wawasan bagi pengembang bank digital, khususnya Bank Neo, serta menjadi acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pengembang bank digital di Indonesia untuk selalu berinovasi dalam meningkatkan fitur yang interaktif dan juga menarik pada aplikasinya sehingga dapat meningkatkan motivasi untuk menggunakan bank digital.

1.6 Sistematika Penelitian

Agar memudahkan pembaca dalam memahami isi dan keseluruhan pembahasan dalam skripsi ini, penulis menyusun sistematika penulisan ke dalam beberapa bab dengan uraian sebagai berikut:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB 1

PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian yang digunakan.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan landasan teori yang mendukung dalam penelitian. penulisan ini juga memuat tentang penelitian terdahulu untuk dijadikan referensi penulis dalam mengidentifikasi masalah. Serta terdapat kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan jenis penelitian yang digunakan, objek penelitian, metode pengambilan data, jenis dan data penelitian, metode pengumpulan data, dan metode menganalisa data.

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan hasil penelitian dan pengolahan data. Bab ini juga menjelaskan tentang analisa data dan mengetahui diterima atau ditolaknya suatu hipotesis yang diajukan.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan kesimpulan hasil pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang berhubungan dengan penelitian.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap pengguna Bank Neo mengenai pengaruh gamifikasi terhadap motivasi Gen Z untuk menggunakan Bank Neo dengan *enjoyment* dan *usefulness* sebagai variabel mediasi, diperoleh sejumlah temuan yang relevan. Melalui uji analisis yang telah dilakukan, ditemukan bahwa elemen gamifikasi yang diadopsi oleh Bank Neo berkontribusi terhadap tingginya jumlah pengguna aplikasi tersebut, terutama di kalangan Gen Z. Dengan merujuk pada hasil analisis tersebut, maka kesimpulan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen-elemen gamifikasi seperti *quest*, *point*, *reward*, *level*, dan *badge* memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi Gen Z untuk menggunakan Bank Neo. Elemen-elemen ini mampu menciptakan pengalaman yang interaktif, menantang, dan menyenangkan, sehingga mendorong pengguna untuk lebih aktif dalam mengeksplorasi serta memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi. Hal ini membuktikan bahwa gamifikasi dapat menjadi alat yang efektif dalam membentuk perilaku pengguna digital *native* seperti Gen Z, khususnya dalam konteks perbankan digital.
- b. Gamifikasi terbukti memberikan dampak positif terhadap *enjoyment* yang dirasakan oleh pengguna. Elemen-elemen seperti *quest* dan *point* menciptakan tantangan yang menarik dan membangun rasa keterlibatan, sehingga aktivitas dalam aplikasi Bank Neo terasa seperti permainan yang menyenangkan. Selain itu, elemen *reward* yang diperoleh setelah menyelesaikan tugas turut memperkuat pengalaman positif pengguna, karena memberikan kepuasan emosional yang mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi secara konsisten.
- c. *Enjoyment* terbukti memiliki pengaruh yang kuat terhadap motivasi pengguna. Ketika pengguna merasa senang dan nyaman selama menggunakan aplikasi, maka mereka akan lebih termotivasi untuk terus menggunakan aplikasi tersebut secara konsisten. Gen Z yang merupakan generasi pencari kesenangan digital,

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

merasa tertarik dengan aplikasi yang mampu menyuguhkan pengalaman interaktif dan menyenangkan. Oleh karena itu, *enjoyment* menjadi faktor kunci dalam mendorong motivasi intrinsik pengguna Bank Neo.

- d. *Enjoyment* ditemukan secara signifikan memediasi hubungan antara gamifikasi dan motivasi. Artinya, elemen-elemen gamifikasi dapat meningkatkan motivasi tidak hanya secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui rasa senang yang ditimbulkannya. Ketika pengguna merasa bahwa fitur-fitur gamifikasi menyenangkan, mereka akan lebih terdorong untuk menggunakan aplikasi secara aktif. Hal ini menunjukkan pentingnya peran *enjoyment* dalam memperkuat dampak gamifikasi terhadap motivasi.
- e. Selain memberikan pengalaman yang menyenangkan, elemen gamifikasi juga meningkatkan persepsi *usefulness* dari aplikasi. *Reward* yang diberikan seperti kupon bunga deposito atau hadiah ulang tahun, serta fitur tambahan dari *level* dan *badge* membuat pengguna merasa bahwa aplikasi tidak hanya menarik, tetapi juga bermanfaat secara fungsional. Dengan demikian, gamifikasi dapat membentuk persepsi bahwa aplikasi memiliki nilai tambah yang relevan dengan kebutuhan pengguna.
- f. Hasil analisis menunjukkan bahwa *usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi, khususnya motivasi ekstrinsik. Meskipun Gen Z dikenal sebagai generasi digital *native*, fitur-fitur kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan oleh Bank Neo sebagai bank digital yang mengintegrasikan berbagai layanan dalam satu aplikasi tidak cukup menarik perhatian mereka. Hal ini disebabkan oleh maraknya kehadiran berbagai bank digital lainnya yang menawarkan fungsi serupa, sehingga aspek kegunaan (*usefulness*) tidak lagi menjadi nilai pembeda. Gen Z cenderung mencari pengalaman yang lebih menarik dan unik dalam menggunakan suatu aplikasi. Oleh karena itu, elemen gamifikasi yang diterapkan di Bank Neo justru lebih efektif dalam menarik perhatian dan membangkitkan motivasi mereka. Dengan demikian, mengandalkan *usefulness* saja tidak cukup untuk meningkatkan motivasi pengguna, karena Gen Z tidak melihat sesuatu yang spesial atau berbeda dari Bank Neo jika dibandingkan dengan bank digital lainnya.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- g. Penelitian ini mengonfirmasi bahwa *usefulness* tidak memiliki peran signifikan sebagai mediator antara gamifikasi dan motivasi. Meskipun elemen gamifikasi seperti *reward*, *level*, dan *badge* dapat meningkatkan persepsi manfaat fungsional (*usefulness*), kegunaan tersebut tidak cukup kuat untuk mendorong peningkatan motivasi secara langsung maupun jangka panjang. Hal ini dapat dijelaskan oleh kenyataan bahwa persepsi kegunaan bersifat dinamis dan mudah tergeser oleh perkembangan teknologi. Seiring waktu, teknologi yang saat ini dianggap canggih dapat dengan cepat menjadi usang dan tergantikan oleh inovasi yang lebih efisien. Oleh karena itu, *usefulness* yang ditawarkan oleh gamifikasi tidak memberikan nilai yang cukup berkelanjutan untuk mempertahankan atau meningkatkan motivasi pengguna, khususnya bagi generasi digital *native* seperti Gen Z. Dengan demikian, meskipun Bank Neo berhasil menarik perhatian melalui strategi gamifikasi, mereka tetap perlu melakukan inovasi teknologi agar dapat mempertahankan daya saing dan memperkuat *brand* yang telah mereka bangun di tengah persaingan industri bank digital yang semakin ketat.

5.2 Saran Penelitian

Berdasarkan kesimpulan yang ada, peneliti memiliki beberapa saran yang ingin disampaikan, sebagai berikut:

1. Bagi Bank Neo

Berdasarkan hasil penelitian ini, Bank Neo disarankan untuk terus mengembangkan fitur-fitur gamifikasi yang dimilikinya, baik dengan menambahkan elemen baru maupun memperluas penerapan elemen yang sudah ada ke fitur lainnya, karena gamifikasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap peningkatan motivasi pengguna. Elemen permainan yang interaktif seperti *quest*, *point*, *reward*, *level*, dan *badge* mampu menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan mendorong keterlibatan pengguna secara aktif. Selain itu, temuan penelitian juga menunjukkan bahwa *usefulness* belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap motivasi, baik secara langsung maupun sebagai mediator, sehingga Bank Neo perlu mengevaluasi dan meningkatkan aspek kegunaan dari fitur-fiturnya agar pengguna tidak hanya merasa senang, tetapi juga memperoleh manfaat nyata dalam aktivitas keuangan mereka. Meskipun pengguna



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

lebih tertarik pada aspek kesenangan (*enjoyment*), Bank Neo tetap harus memperhatikan tujuan utama dari bank digital, yaitu menyediakan layanan yang praktis, cepat, dan efisien dalam satu aplikasi. Oleh karena itu, strategi pengembangan ke depan perlu menyeimbangkan antara aspek hiburan dan aspek kegunaan agar Bank Neo dapat terus mempertahankan daya tarik dan keunggulannya di tengah persaingan bank digital yang semakin kompetitif.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini berfokus pada pengaruh elemen gamifikasi dalam aplikasi Bank Neo terhadap motivasi pengguna, yang menjadi salah satu faktor keberhasilan Bank Neo sebagai bank digital dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain seperti *brand image*, *trust*, *promotion*, atau *electronic word of mouth (e-WOM)* guna memahami lebih dalam bagaimana persepsi masyarakat terhadap Bank Neo terbentuk. Dengan memasukkan variabel-variabel tersebut, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjelaskan secara lebih komprehensif mengapa Bank Neo mampu menarik begitu banyak pengguna, bahkan melampaui bank-bank besar lainnya yang juga telah menghadirkan layanan bank digital.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Jeremiah, A. T. (2023). The influence of promotion, gamification, and user-friendliness on customer loyalty in the Shopee application. *Jurnal Digismantech*, Vol. 3(No. 1): 48 – 65 hlm. <https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.30813/digismantech.v3i1.5216>
- Aini, N. Q., Ilfiandra, I., & Saripah, I. (2019). Aspek-Aspek Flow Akademik. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice, and Research*, 3(02), 43-51. Retrieved March 19, 2025, from https://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling/article/view/563
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Retrieved March 23, 2025, from https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/213695/prosedur-penelitian-suatu-pendekatan-praktik?utm_source=chatgpt.com
- Baihaqi, M. T. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keinginan Nasabah untuk Terus Menggunakan Layanan Mobile Banking BNI. *Repository Universitas Islam Indonesia*. Retrieved March 19, 2025, from <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/48265>
- Cecchetti, S. G., & Schoenholtz, K. L. (2023). *Central Bank Digital Currency: Is it really worth the Risk?* Berlin/Boston: De Gruyter. <https://doi.org/https://doi.org/10.1515/9783111002736-009>
- Chauhan, S., Akhtar, A., & Gupta, A. (2021). Gamification in banking: a review, synthesis and setting research agenda. *YOUNG CONSUMERS VOL. 22 NO. 3 2021*, 456–479. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/YC-10-2020-1229>
- Chen, Z.-H., Liao, C. C., Cheng, H. N., Yeh, C. Y., & Chan, T.-W. (2012). Influence of Game Quests on Pupils' Enjoyment and Goal-pursuing in Math Learning. *Educational Technology & Society*, 317-327. Retrieved March 04, 2025, from <https://www.jstor.org/stable/jeductechsoci.15.2.317>
- Codish, D., & Ravid, G. (2017). Gender moderation in gamification: Does one size fit all? *Department of Industrial Engineering and Management, 2017-January, 2006-2015*. Retrieved May 26, 2025, from <https://cris.bgu.ac.il/en/publications/gender-moderation-in-gamification-does-one-size-fit-all#:~:text=academic%20course,perceived%20playfulness%20in%20gami,fied%20solutions>
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. Claremont, Kalifornia: Harper & Row. Retrieved March 15, 2025, from https://www.researchgate.net/publication/224927532_Flow_The_Psychology_of_Optimal_Experience



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Cunningham, C., & Zichermann, G. (2011). *Gamification by design: Implementing game mechanics in web and mobile apps*. Sebastopol: "O'Reilly Media, Inc. Retrieved March 12, 2025, from https://books.google.co.id/books?id=Hw9X1miVMMwC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, pp. 319-340. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York: Springer New York. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-1-4899-2271-7>
- Deterding, S., & Bredow, H. (2011). Situated motivational affordances of game elements: A conceptual model. *Computer Science, Psychology*, 3-6. Retrieved March 03, 2025, from <https://www.semanticscholar.org/paper/Situated-motivational-affordances-of-game-elements%3A-Deterding-Bredow/39e1dbd0db14a0f3a4667d0badcd9623331fadd2>
- Deterding, S., Sicart, M., Nacke, L., O'Hara, K., & Dixon, D. (2011). Gamification. using game-design elements in non-gaming contexts. *Human Factors in Computing Systems*, 2425–2428. <https://doi.org/https://doi.org/10.1145/1979742.1979575>
- Eickhoff, C., Harris, C. G., Vries, A. P., & Srinivasan, P. (2012). Quality through flow and immersion: gamifying crowdsourced relevance assessments. *SIGIR '12: Proceedings of the 35th international ACM SIGIR conference on Research and development in information retrieval*, Pages 871 - 880. <https://doi.org/https://doi.org/10.1145/2348283.2348400>
- Eka Ratnasaria, R. D. (2022). Pengaruh Gamification dan Perceived Enjoyment terhadap Repurchase Intention pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee Mahasiswa FEB Unesa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan (JEMP PER)*, Vol 1 No. 2. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.55606/jempper.v1i2.389>
- Fatudin, A. (2023). IMPLEMENTASI USER CENTERED DESIGN PADA DESAIN APLIKASI DONOR DARAH BERBASIS GAMIFIKASI. *Repository Universitas Amikom Purwokerto*, 15-16. Retrieved March 03, 2025, from <https://eprints.amikompurwokerto.ac.id/id/eprint/1709/>
- Febriansah, A. T., Syaifuddin, A., & Soepriyanto, Y. (2024). Gamification Developments in Education: PERKEMBANGAN GAMIFIKASI DI BIDANG PENDIDIKAN. *Scholaria Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 14(2):177-186. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.24246/j.js.2024.v14.i2.p177-186>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Febrina, I., & Rahmat, H. K. (2024). Motivasi Kerja Sumber Daya Manusia dalam Organisasi: Sebuah Tinjauan Pustaka. *Journal of Current Research in Humanities, Social Sciences, and Bussiness*, Vol. 1(No. 1), p. 29-34. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.71383/wbq52h63>
- Flores, N. H., & Pinto, R. (2023). Quest-based Gamification In A Software Development Lab Course: A Case Study. *Ninth International Conference on Higher Education Advances*, 541-548. <https://doi.org/DOI:10.4995/HEAd23.2023.16110>
- Gandasari, R. A., & Mauritsius, T. (2023). A STUDY ON THE EFFECT OF GAMIFICATION COMPONENTS ON CUSTOMER LOYALTY TOWARD A DIGITAL BANK. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 13. Retrieved February 21, 2025, from <https://www.jatit.org/volumes/Vol101No6/21Vol101No6.pdf>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares - Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed ed.). Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis EIGHTH EDITION*. Annabel Ainscow. Retrieved from https://eli.johogo.com/Class/CCU/SEM/_Multivariate%20Data%20Analysis_Hair.pdf
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *n Introduction to Structural Equation Modeling. In: Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer, Cham: Classroom Companion: Business. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_1
- Hamari, J., & Koivisto, J. (2014). Measuring flow in gamification: Dispositional Flow Scale-2. *Computers in Human Behavior*, Pages 133-143. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.07.048>
- Hamari, J., & Koivisto, J. (2015). Why do people use gamification services? *International Journal of Information Management*, Pages 419-431. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.04.006>
- Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). Does Gamification Work? — A Literature Review of Empirical Studies on. *47th Hawaii International Conference on System Science*, (pp. 3025-3034). Retrieved March 12, 2025, from <https://ieeexplore.ieee.org/document/6758978>
- Hasan, A. A.-T. (2021). sustainable Customer Relationship Management (susCRM) in Customer Loyalty Perspective: An Empirical Study on Restaurant Industries in Bangladesh. *Global Media Journal*, 1-4. Retrieved February 21, 2025, from <https://www.globalmediajournal.com/open-access/sustainable-customer-relationship-management-suscrm-in->



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

customer-loyalty-perspective-an-empirical-study-on-restaurant-industries-in.php?aid=89921

- Hasan, A. A.-T., Sumon, S. M., Islam, M. T., & Hossain, M. S. (2021). Factors influencing online shopping intentions: The mediating role of perceived enjoyment. *Vol. 6 No. 3 (2021): Turkish Journal of Marketing*, 248-249. <https://doi.org/https://doi.org/10.30685/tujom.v6i3.132>
- Huang, F., & Liu, S. Y. (2024). If I Enjoy, I Continue: The Mediating Effects of Perceived Usefulness and Perceived Enjoyment in Continuance of Asynchronous Online English Learning. *Education Sciences*, 10-11. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/educsci14080880>
- Islami, M. M., Asdar, M., & Baumassepe, A. N. (2021). Analysis of Perceived Usefulness and Ease of Use to the Actual System Usage through Attitude Using Online Guidance Application (A Study on the Online Tutoring Application Ruangguru in Makassar). *Hasanuddin Journal Of Business Strategy*, 3(1);52-64. <https://doi.org/DOI:10.26487/hjbs.v3i1.410>
- Januari, M. C. (2023). PERSEPSI SISWA TERHADAP GAMIFIKASI QUIZIZZ DALAM PEMBELAJARAN PPKN DI SMKN 1 SERANG. *Academy of Education Journal*, Vol. 14 No. 2. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.47200/aoej.v14i2.1664>
- Jasimuddin, S., Bououd, I., Yanes, N., & White, T. (2025). Serious Games on Human Behavior: Impact on Learning Styles, Engagement, and Motivation. *Journal of Global Information Management*, Vol. 33(Iss. 1), 1-21. <https://doi.org/OI:10.4018/JGIM.369159>
- Joseph F. Hair, J., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition*. SAGE Publications. Retrieved March 23, 2025, from <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/a-primer-on-partial-least-squares-structural-equation-modeling-pls-sem/book270548>
- Khaldi, A., Bouzidi, R., & Nader, F. (2023). Gamification of e-learning in higher education: a systematic literature review. *Smart Learning Environments; Heidelberg*, Vol. 10(Iss. 1), 1-31. <https://doi.org/DOI:10.1186/s40561-023-00227-z>
- King, S. (2021). Going with the Flow: Remembering Mihaly Csikszentmihalyi (1934-2021). *Middle East Journal of Positive Psychology*, Vol. 7, 157-159. Retrieved March 26, 2025, from <https://www.middleeastjournalofpositivepsychology.org/index.php/mejpp/article/download/138/141>
- Koivisto, J., & Hamari, J. (2019). The rise of motivational information systems: A review of gamification research. *International Journal of Information*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Management, Pages 191-210.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.013>

Landers, R. N., Bauer, K. N., & Callan, R. C. (2017). Gamification of task performance with leaderboards: A goal setting experiment. *Computers in Human Behavior*, Pages 508-515.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.008>

Laturette, K., Widianingsih, L. P., & Subandi, L. (2021). Literasi Keuangan Pada Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 131–139.
<https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p131-139>

Lyons, E. J. (2015). Cultivating Engagement and Enjoyment in Exergames Using Feedback, Challenge, and Rewards. *GAMES FOR HEALTH JOURNAL: Research, Development, and Clinical Applications*, Volume 4, Number 1.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1089/g4h.2014.0072>

Marangunić, N., & Granić, A. (2015). *Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013*. (U. A. Soc, Ed.) Springer Nature.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10209-014-0348-1>

Meng, C., Zhao, M., Pan, Z., Pan, Q., & Bonk, C. J. (2024). Investigating the impact of gamification components on online learners' engagement. *Smart Learning Environments*, Vol. 11(Iss. 1), 1-28.
<https://doi.org/DOI:10.1186/s40561-024-00336-3>

Monica, F., & Japariato, E. (2022). ANALISA PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN MELALUI PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP BEHAVIOR INTENTION PADA DIGITAL PAYMENT. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 9-15. <https://doi.org/doi:10.9744/pemasaran.16.1.9-15>

Nashren, A., Malik, A., Nurafizah, S., Annuar, S., Yacob, Y., Umi, I., . . . Kasuma, J. (2023). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk and Reward Towards E-wallet Usage Intention: A Moderating Role of Trust. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(9):1699-1714.
<https://doi.org/DOI:10.6007/IJARBS/v13-i9/17879>

Noordiono, A. (2016). KARAKTER GENERASI Z DAN PROSES PEMBELAJARAN PADA PROGRAM STUDI AKUNTANSI. *Repository Unair*. Retrieved March 19, 2025, from <https://repository.unair.ac.id/52827/>

Öden, M. S., Bolat, Y. İ., & Goksu, İ. (2021). Kahoot! as a Gamification Tool in Vocational Education: More Positive Attitude, Motivation and Less Anxiety in EFL. *Journal of Computer and Education Research*, Volume: 9 Issue: 18, 682 - 701, 21.12.2021. <https://doi.org/https://doi.org/10.18009/jcer.924882>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Oktarini, M. A. (2018). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Enjoyment terhadap Customer Satisfaction dan Repurchase Intention. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Vol. 1(2), Hal. 227-237. Retrieved March 22, 2025, from <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2288221&val=18723&title=Pengaruh%20Perceived%20Ease%20Of%20Use%20Dan%20Perceived%20Enjoyment%20Terhadap%20Customer%20Satisfaction%20Dan%20Repurchase%20Intention#:~:text=Perceived%20enjoyment%20ad>
- Populix. (2024). *Analysis of the Ecosystem and Perception of Digital Banks in Indonesia*. Jakarta: ESOMAR 24 Corporate.
- Purwanto, S., & Perkasa, D. H. (2024). ANALISIS TRANSFORMASI BANK DIGITAL YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018 - 2022. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(2), Hal 622-633. <https://doi.org/https://doi.org/10.46306/rev.v4i2.342>
- Rahmi, I., Rimenda, T., & Ariyanti, T. D. (2025). Gamification as an alternative to increase students' motivation: a scoping review. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, Vol. 19, No. 2, 1125-1133. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.11591/edulearn.v19i2.21771>
- Razali, N., Nasir, N. A., Ismail, M. E., Sari, N. M., & Salleh, K. M. (2020). Gamification Elements in Quizizz Applications: Evaluating the Impact on Intrinsic and Extrinsic Student's Motivation. *IOP Conference Series. Materials Science and Engineering*, Vol. 917(Iss. 1), 1-11. <https://doi.org/DOI:10.1088/1757-899X/917/1/012024>
- Riatmaja, D. S. (2021). Pengaruh Penggunaan Game Dynamics terhadap Work Engagement Karyawan dengan Intrinsic Motivation dan Enjoyment sebagai Pemediasi. *Disertasi Universitas Islam Indonesia*. Retrieved March 17, 2025, from <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/33147/14931014%20Dodi%20Setiawan%20Riatmaja.pdf>
- Rimenda, T., Aulia, M. R., Listiawati, R., & Marbun, J. (2022). Gamification: Saving in Digital Banking is Like Playing A Game. *ASEAN Marketing Journal*, 14.2: 5. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.21002/amj.v14i2.1206>
- Roslan, R. B. (2023). Factors influencing continuance of usage intention towards a gamified e-quizz mobile application among Malaysian higher learning students. *Institutional Repository Universitas Hussein Onn Malaysia*. Retrieved March 17, 2025, from <http://eprints.uthm.edu.my/10780/>
- Rusli, T. S., Kemala, R., & Nazmi, R. (2024). *PENDIDIKAN KARAKTER GEN-Z : Tips dan Trik Mendidik Karakter Gen-Z bagi Pendidik*. (Sepriano, Ed.) PT. Sionpedia Publishing Indonesia. Retrieved March 29, 2025, from



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=7kMhEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=apakah+gen+z+suka+suatu+yang+menyenangkan+dan+bersifat+tantangan&ots=TN0NrVtXfw&sig=fCA1CUiSESiqZSefKY-lwcdMMM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, Pages 54-67. <https://doi.org/https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, Vol. 55, No. 1, 68-78. [https://doi.org/DOI: 10.1037//0003-066x.55.1.68](https://doi.org/DOI:10.1037//0003-066x.55.1.68)
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2024). *Self-Determination Theory*. In: Maggino. Springer, Cham: Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-031-17299-1_2630
- Sailer, M., Hense, J. U., Mayr, S. K., & Mandl, H. (2017). How gamification motivates: An experimental study of the effects of specific game design elements on psychological need satisfaction. *Computers in Human Behavior*, Pages 371-380. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.033>
- Seaborn, K., & Fels, D. I. (2015). Gamification in theory and action: A survey. *International Journal of Human-Computer Studies*, Pages 14-31. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2014.09.006>
- Setiabudhi, H., Suwono, Setiawan, Y. A., & Karim, S. (2024). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4*. (E. I. Duari, Ed.) Borneo Novelty Publishing.
- Seven, M. A. (2020). Motivation in language learning and teaching. *African Educational Research Journal*, 62-71. <https://doi.org/https://doi.org/10.30918/AERJ.8S2.20.033>
- Sinaga, R. P., Tobing, R. P., & Larasati, N. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Enjoyment terhadap Usage Decision Konsumen pada Shopee Tanam. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi (JISMA)*, pp: 509-524. [https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.59004/jisma.v1i4.188](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.59004/jisma.v1i4.188)
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Retrieved March 19, 2025, from https://digilib.unigres.ac.id/index.php?p=show_detail&id=43
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika terapan : teori & aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset. Retrieved April 10, 2025
- Sweetser, P., & Wyeth, P. (2005). GameFlow: a model for evaluating player enjoyment in games. *Computers in Entertainment (CIE)*, 3(3), 1-24. <https://doi.org/https://doi.org/10.1145/1077246.1077253>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Thoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2):186-204. <https://doi.org/DOI:10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wahyuni, R., Gani, A., & Syahnur, M. H. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol. 6(No. 3), 142–150. <https://doi.org/https://doi.org/10.57178/paradoks.v6i3.637>
- Wang, X. (2025). An Investigation on Science Students' Behavioral Intention and Self-Learning Attitude of Internet Base E-Learning in Chengdu, China. *Scholar*, Vol. 17(Iss. 1), 210-219. <https://doi.org/DOI:10.14456/shserj.2025.20>
- Wangi, N. B., Fahmi, F. N., & Afidah, D. I. (2019). STRATEGI GAMIFIKASI PADA MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN PRODI PGMI UNISDA. *MIDA Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.52166/mida.v2i2.1572>
- Wardana, S., & Sagoro, E. M. (2019). IMPLEMENTATION OF GAMIFICATION WITH KAHOOT TO IMPROVE LEARNING ACTIVITY, LEARNING MOTIVATION, AND LEARNING OUTCOMES OF ADJUSTING JOURNAL ENTRY AT CLASS X ACCOUNTING 3 STUDENTS OF SMK KOPERASI YOGYAKARTA IN THE ACADEMIC YEAR OF 2018/2019. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, Vol. XVII, No. 2. Retrieved March 03, 2025, from https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/79334536/12808-libre.pdf?1642843043=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DImplementasi_Gamifikasi_Berbantu_Media_K.pdf&Expires=1741019540&Signature=LL0MlpJyilQ42GezGYIFBmYtkixKAzCgotKIUIR9ONbShCnbHDB0zGy
- Wibawa, I. P., Jati, I. K., Sari, M. M., & Wiraya, I. G. (2021). The Influence of Tax Understanding, Technology Readiness, Ease of Using e-Filing on MSME Individual Taxpayers Compliance. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, Volume-5, Issue-1, pp-112-119. Retrieved March 22, 2025, from <https://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/2021/01/P21501112119.pdf>
- Yakto, D. A. (2024). GAMIFIKASI CROWDFUNDING MELALUI KONTEN LIVE STREAMING YOUTUBE WINDAH BASUDARA SEBAGAI KOMUNIKASI PERSUASIF. *Undergraduate thesis*, 76-79. Retrieved March 03, 2025, from <https://repository.unissula.ac.id/36293/>

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menyalin, mengutip, atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Jurnal	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Rosfuzah Binti Roslan (2023)	Factors Influencing Continuance of Usage Intention Towards a Gamified E-Quiz Mobile Application among Malaysian Higher Learning Students	Institutional Repository Universitas Hussein Onn Malaysia	Kuantitatif (desain korelasional, SEM/PLS)	Perceived enjoyment, ease of use, dan usefulness berpengaruh signifikan terhadap continuance usage intention	Konteks aplikasi edukasi (e-quiz) pada mahasiswa dan menggunakan “continuance usage” sebagai variabel dependen bukan motivasi penggunaan Bank Neo
2	Muhammad Tegar Baihaqi (2023)	Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keinginan Nasabah untuk Terus Menggunakan Layanan Mobile Banking BNI	Repository Universitas Islam Indonesia	Kuantitatif (PLS-SEM)	Seluruh hipotesis diterima; variabel seperti kontak, komunikasi, persepsi hiburan, gamification, dan nilai m-banking memengaruhi keinginan penggunaan	Meneliti pada sektor perbankan, variabel mediator yang digunakan persepsi hiburan dan nilai m-banking sedikit berbeda dengan enjoyment dan usefulness
3	Eka Ratnasari, Renny Dwujayanti (2022)	Pengaruh Gamification dan Perceived Enjoyment terhadap Repurchase Intention	Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan (JEMP PER)	Kuantitatif (purposive sampling)	Gamification dan perceived enjoyment berpengaruh positif signifikan terhadap	Meneliti pada e-commerce (aplikasi Shopee), tidak menguji mediator usefulness

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

		pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee Mahasiswa FEB Unesa			repurchase intention	
4	Ricky Putra Hasudungan Sinaga, Rudy P. Tobing, Nike Larasati (2022)	Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Enjoyment terhadap Usage Decision Konsumen pada Shopee Tanam	Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi (JISMA)	Kuantitatif (analisis regresi berganda)	Perceived usefulness, ease of use, dan enjoyment berpengaruh signifikan terhadap usage decision	Tidak menguji gamifikasi sebagai variabel independen dan meneliti pada e-commerce
5	Dodi Setiawan Riatmaja (2021)	Pengaruh Penggunaan Game Dynamics terhadap Work Engagement Karyawan dengan Intrinsic Motivation dan Enjoyment sebagai Pemediasi	Disertasi Universitas Islam Indonesia	Kuantitatif (SEM)	Game dynamics berpengaruh signifikan terhadap work engagement dengan mediasi intrinsic motivation dan enjoyment	Menggunakan work engagement karyawan sebagai variabel dependen, terdapat variabel intrinsic motivation sebagai mediasi dan work engagement karyawan berbeda dengan penggunaan Neo Bank

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menjiplak dan memperjualbelikan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Kuesioner Pengaruh Gamifikasi pada Bank Neo Commerce

Halo! Nama saya Yuski Paras Pramudita, mahasiswa akhir program studi Keuangan dan Perbankan di Politeknik Negeri Jakarta yang sedang melakukan penelitian untuk skripsi mengenai "Pengaruh Gamifikasi terhadap Motivasi Gen Z untuk Menggunakan Bank Neo : Peran Mediasi *Enjoyment* dan *Usefulness* (Studi di Jabodetabek)".

Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana elemen-elemen gamifikasi seperti *quest*, *point*, *reward*, *badge*, dan *level* memengaruhi motivasi Gen Z untuk menggunakan aplikasi Bank Neo, serta bagaimana peran *enjoyment* (kesenangan) dan *usefulness* (kemanfaatan) dalam memperkuat hubungan tersebut.

Kriteria responden:

- Pengguna/nasabah Bank Neo
- Merupakan generasi z dengan rentang usia 17-28 tahun
- Berdomisili di Jabodetabek

**Seluruh jawaban akan bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk keperluan akademik.*

Terima kasih banyak atas partisipasi dan waktunya!

I. *Screening Question*

Pertanyaan ini adalah untuk memastikan bahwa responden sesuai dengan kriteria yang ditetapkan pada penelitian ini.

1. Apakah Anda Nasabah/Pengguna Bank Neo ?

- a. Ya
- b. Tidak

Jika anda menjawab "**Ya**" silahkan lanjutkan ke pertanyaan berikutnya

Jika anda menjawab "**Tidak**" berhenti sampai disini dan terima kasih.

2. Apakah Anda Berdomisili di Jabodetabek ?

- a. Ya

b. Tidak

Jika anda menjawab ”Ya” silahkan lanjutkan ke pertanyaan berikutnya

Jika anda menjawab ”Tidak” berhenti sampai disini dan terima kasih.

3. Apakah Anda Gen Z Dengan Rentang Usia 17-28 Tahun ?

a. Ya

b. Tidak

Jika anda menjawab ”Ya” silahkan lanjutkan ke pertanyaan berikutnya

Jika anda menjawab ”Tidak” berhenti sampai disini dan terima kasih.

II. Identitas Responden

Bagian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai karakteristik dasar responden yang berpartisipasi dalam penelitian. Data yang dikumpulkan bersifat anonim dan hanya digunakan untuk keperluan analisis deskriptif serta untuk memastikan kesesuaian responden dengan kriteria penelitian. Seluruh informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan semata-mata digunakan untuk tujuan akademik.

No.	Keterangan	Jenis Isian
1.	Jenis Kelamin	a. Laki-laki b. Perempuan
2.	Usia	a. < 17 tahun b. 17-25 tahun c. 26-35 tahun d. 35-45 tahun
3.	Pendidikan	a. SMA Sederajat b. D3 c. S1/D4 d. S2 e. Lainnya (...)
4.	Domisili	a. Jakarta b. Bogor c. Depok d. Tangerang

		e. Bekasi
5.	Profesi	a. Pelajar/Mahasiswa b. Karyawan (Pekerja Kantoran, PNS, Pegawai Toko, Dll) c. Ibu Rumah Tangga d. Freelancer/Pekerja Lepas e. Lainnya (...)
6.	Penghasilan	a. Rp 0 - Rp 999.999 b. Rp 1.000.000 - Rp 2.999.999 c. Rp 3.000.000 - Rp 4.999.999 d. > Rp 4.999.999
7.	Bank Konvensional yang dimiliki	Isi/Tulis Manual (...)
8.	E-wallet	Isi/Tulis Manual (...)

III. Pertanyaan Indikator Penelitian

Penilaian dalam kuesioner ini menggunakan skala Likert dengan lima tingkat penilaian untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang disajikan.

Berikut merupakan skala skor:

- 1 = Sangat Setuju
- 2 = Setuju
- 3 = Ragu – Ragu
- 4 = Tidak Setuju
- 5 = Sangat Tidak Setuju

Gamifikasi

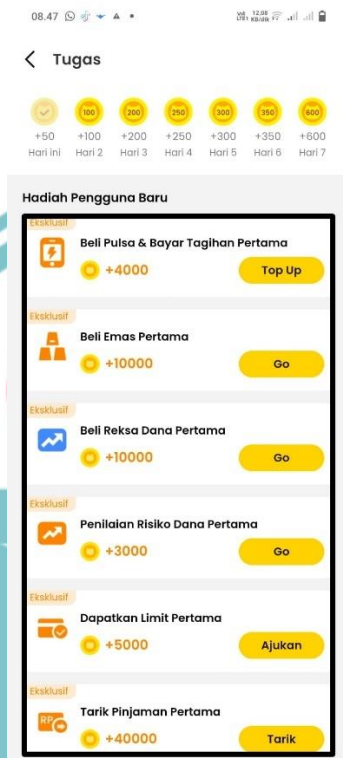
Gamifikasi merupakan elemen-elemen permainan yang diterapkan pada konteks non-permainan. Dalam hal ini elemen seperti *quest*, *point*, *reward*, *level* dan *badge* diterapkan pada aplikasi bank digital, yaitu Bank Neo.

Elemen *Quest*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menjiplak dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

Bank Neo menggunakan elemen *quest* dengan menghadirkan berbagai misi yang bisa diselesaikan pengguna seperti membeli pulsa, membeli emas, melakukan pembayaran menggunakan QRIS, dan lain sebagainya.



Quest						
No	Pertanyaan	Skala				
		SS	S	N	TS	STS
1	Bank Neo memiliki <i>quest</i> dengan tujuan yang jelas untuk diselesaikan					
2	<i>Quest</i> yang tersedia pada Bank Neo sesuai dengan kemampuan saya					
3	Saya menjadi lebih fokus dan terlibat saat menyelesaikan <i>quest</i> pada Bank Neo					

Elemen Point

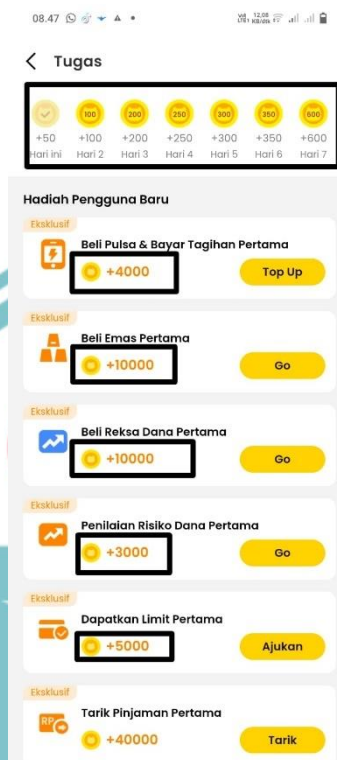
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

Ketika menyelesaikan *quest*, pengguna akan mendapatkan *point* yang bisa dikumpulkan dan ditukarkan dengan berbagai *reward*.



Point						
No	Pertanyaan	Skala				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya mendapatkan <i>point</i> sebagai penghargaan setiap menyelesaikan <i>quest</i> di Bank Neo					
2	<i>Point</i> yang saya dapatkan memotivasi saya untuk terus menggunakan Bank Neo					
3	Keterlibatan saya terlihat dari seberapa banyak <i>point</i> yang sudah saya kumpulkan					

Elemen Reward

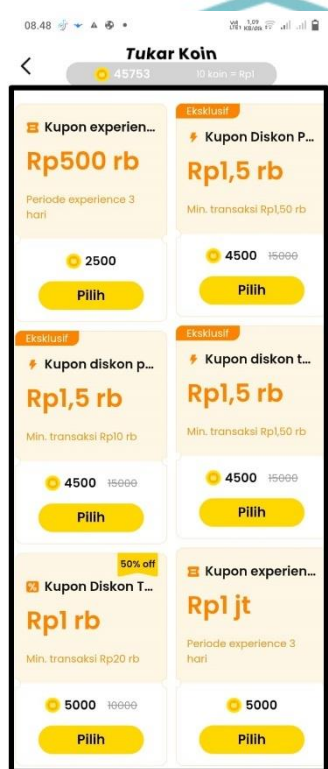
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menjiplak atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

Elemen *reward* berfungsi sebagai sarana untuk menukarkan *point* yang telah dikumpulkan oleh pengguna dengan berbagai jenis hadiah seperti uang tunai, kupon *experience*, kupon diskon deposito dan *extra* bunga, diskon *top up* dan pembayaran sampai DIY yang membuat latar belakang *Neo World* menjadi lebih menarik.



Reward

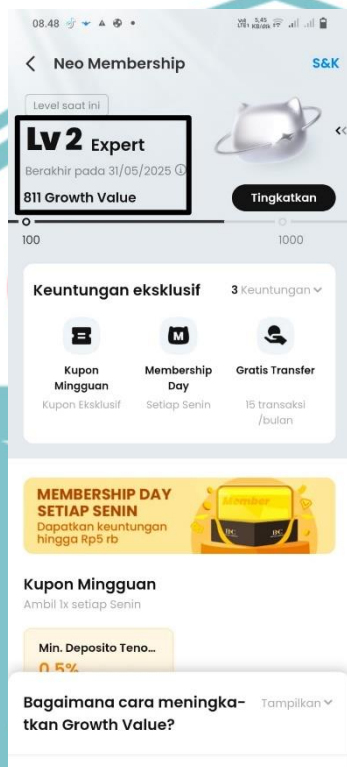
No	Pertanyaan	Skala				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa dihargai saat mendapatkan <i>reward</i> dari Bank Neo					
2	<i>Reward</i> mendorong saya untuk menyelesaikan lebih banyak <i>quest</i>					
3	Adanya <i>reward</i> membuat saya tetap tertarik untuk menggunakan Bank Neo					

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menjiplak dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

Elemen *Level*

Elemen *level* berfungsi sebagai indikator pengukur seberapa sering pengguna menggunakan Bank Neo. Setiap kali menyelesaikan *quest*, pengguna akan memperoleh *point* yang digunakan untuk mengisi *progress bar*. Setelah *progress bar* terisi penuh, nasabah akan naik ke *level* berikutnya.



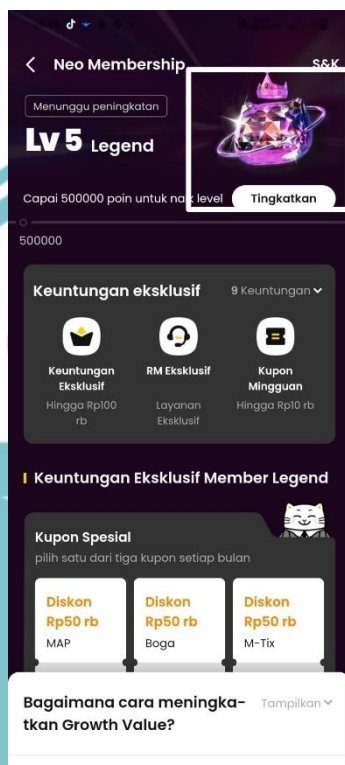
Level						
No	Pertanyaan	Skala				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengetahui <i>level</i> saya dalam Bank Neo berdasarkan <i>quest</i> yang sudah di selesaikan dan <i>point</i> dikumpulkan					
2	<i>Level</i> membantu saya memahami tahapan yang harus dicapai					
3	Mencapai <i>level</i> baru membuat saya merasa berkembang					

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menyalin, mengutip, dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

Elemen *Badge*

Elemen *badge* atau lencana berfungsi sebagai tanda bagi pengguna yang telah mencapai *level* tertentu. Semakin tinggi *level* pengguna maka semakin bagus juga *badge* yang ditampilkan.



<i>Badge</i>						
No	Pertanyaan	Skala				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa bangga ketika mendapatkan <i>badge</i> di Bank Neo.					
2	<i>Badge</i> membantu saya melihat pencapaian saya secara visual					
3	Saya termotivasi untuk mendapatkan <i>badge</i> yang lebih bagus					

Motivasi

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menjiplak dan memperjualbelikan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

Motivasi adalah faktor pendorong yang membuat seseorang mau dan rela mengerahkan kemampuan, tenaga dan waktunya untuk berbagai kegiatan. Motivasi terbagi menjadi dua jenis, motivasi intrinsik yaitu berasal dari dalam diri dan motivasi ekstrinsik yaitu yang berasal dari luar diri.

Motivasi Intrinsik						
No	Pertanyaan	Skala				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa senang saat menggunakan Bank Neo					
2	Saya secara pribadi merasa puas saat menggunakan Bank Neo					
3	Saya tertarik menggunakan Bank Neo karena ingin tahu lebih banyak tentang fiturnya					

Motivasi Ekstrinsik						
No	Pertanyaan	Skala				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya menggunakan Bank Neo karena ingin mendapatkan pengakuan dari orang lain					
2	Saya menggunakan Bank Neo karena mengharapkan <i>reward</i> atau insentif					
3	Saya termotivasi menggunakan Bank Neo karena adanya manfaat yang saya rasakan					

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menjiplak atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

Enjoyment dan Usefulness

Enjoyment dan *Usefulness* merupakan pengelompokan elemen gamifikasi berdasarkan jenis motivasinya. *Enjoyment* berfokus pada kenikmatan pengguna sebagai alasan menggunakan Bank Neo (motivasi intrinsik), sedangkan *Usefulness* berfokus pada kegunaan dari Bank Neo itu sendiri (motivasi ekstrinsik).

<i>Enjoyment</i>						
No	Pertanyaan	Skala				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa nyaman saat menggunakan Bank Neo.					
2	Saya merasa senang ketika bertransaksi menggunakan Bank Neo					
3	Saya menggunakan Bank Neo karena tertarik secara pribadi, bukan karena paksaan					

<i>Usefulness</i>						
No	Pertanyaan	Skala				
		SS	S	N	TS	STS
1	Bank Neo menghemat waktu dan tenaga saat melakukan transaksi					
2	Bank Neo memudahkan saya dalam mencapai tujuan keuangan seperti menabung dan deposito					
3	Bank Neo ini memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan sehari-hari saya					

Lampiran 3 Data Penelitian

Resp.	Gamifikasi															Motivasi						Enjoyment			Usefulness		
	Q1	Q2	Q3	P1	P2	P3	R1	R2	R3	L1	L2	L3	B1	B2	B3	M1	M2	M3	ME1	ME2	ME3	E1	E2	E3	U1	U2	U3
1	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	4	4	2	2	2	2	2	2
2	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2
5	3	2	2	2	2	2	3	1	3	2	3	3	2	2	1	2	4	3	5	4	3	2	2	2	2	2	3
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	5	2	1	2	2	1	2	2	1
9	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2
10	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1
11	2	2	3	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	3	2
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	3	4
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1
16	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4
17	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	3	1	4	5	3	4	3	4	4	5
18	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	4	3	2	2	3	2	2	2	2
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
22	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	3	2	3	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2
23	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	4	1	1	2	2	2	1	2	1
24	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
27	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	4	1	1	1	1	1	1	1
28	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	3	4	2	1	1	1	1	2	1
29	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	3	3	3	3	3	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
33	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1
34	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1
35	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	3	2	1	1	2	2	2	2	1
37	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
39	2	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	4	2	1	2	2	1	2	2	2
40	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3	2	3	2	2	3	4	2	1	2	2	1	2	2	2
41	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	3	2	1	1	2	1	1	2	1
42	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1									

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menyalin, mengutip, atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	2	1	1	1	1	1	1	
62	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	5	3	2	2	2	1	2	1	3	2
63	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	5	4	1	1	1	1	1	1	1	
64	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	1	1	2	2	2	3	2	2	2	
65	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4	2	2	1	5	1	1	2	2	3	2	2	3	
66	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	
67	2	3	3	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	2	1	
68	4	4	4	2	2	2	4	4	3	4	3	3	2	2	2	2	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3	3	
69	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	
70	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	2	4	4	4	4	5	4	2	4	
71	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	2	2	1	1	1	2	
72	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4
73	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	2	2	2	2	
74	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
75	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	1	
76	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
77	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	
78	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4
79	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	
80	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	4	2	2	1	2	1	2	1	2	
81	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	
82	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
83	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
84	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
85	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
86	1	2	3	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	3	1	2	2	1	4	1	1	1	2	1	2	1	
87	1	2	3	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	4	2	2	2	2	1	1	1	1	
88	1	1	3	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	
89	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	
90	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	3	1	1	1	1	1	1	1	
91	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	5	4	3	2	3	3	3	3	3	
92	2	2	2	1	1	1	1	3	2	2	4	4	2	3	4	2	2	2	5	4	2	2	2	2	2	2	2	
93	2	2	2	3	2	2	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	
94	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
95	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	4	2	1	1	1	1	1	1	
96	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	1	1	
97	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
98	1	1	3	2	1	2	1	1	3	1	1	1	2	2	2	1	1	1	4	3	1	1	1	2	2	2	2	
99	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
100	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
101	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	
102	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
103	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
104	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
105	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	3	2	3	2	1	1	3	2	2	2	1	2	1	1	1	
106	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	5	3	2	2	2	1	1	2	1	
107	3	4	3	1	2	1	2	1	1	1	1	2	3	1	3	1	2	2	5	2	4	3	3	2	3	1	2	
108	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	
109	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
110	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	2	1	1	3	3	1	2	2	1	1	1	
111	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	
112	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
113	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	3	2	4	5	1	1	2	2	1	1	2	
114	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	
115	2	2	3	1	4	1	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	1	2	2	2	3	2	
116	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
117	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
118	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	
119	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	5	3	2	2	2	2	2	2	2	
120	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menyalin, mengutip, atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.

121	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	5	3	2	2	2	2	2	2	3
122	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
123	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
124	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
125	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
126	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
127	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
128	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2
129	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	3	2	2	3	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1
130	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
131	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
132	3	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	3	5	1	2	2	2	1	2	2	1
133	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	2	2	2	2	1	1	1	1
134	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1
135	1	1	3	1	3	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	5	3	2	2	2	2	3	1	2

Lampiran 4 Distribusi Pertanyaan

<i>Quest</i>							
No	Pertanyaan	Skala					Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS	
1	Bank Neo memiliki <i>quest</i> dengan tujuan yang jelas untuk diselesaikan	60	44	15	8	8	4,04
2	<i>Quest</i> yang tersedia pada Bank Neo sesuai dengan kemampuan saya	45	58	15	13	4	3,95
3	Saya menjadi lebih fokus dan terlibat saat menyelesaikan <i>quest</i> pada Bank Neo	41	50	24	16	4	3,81

<i>Point</i>							
No	Pertanyaan	Skala					Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS	
1	Saya mendapatkan <i>point</i> sebagai penghargaan setiap	70	40	10	9	6	4,19

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menjiplak dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

	menyelesaikan <i>quest</i> di Bank Neo						
2	<i>Point</i> yang saya dapatkan memotivasi saya untuk terus menggunakan Bank Neo	54	53	10	14	4	4,04
3	Keterlibatan saya terlihat dari seberapa banyak <i>point</i> yang sudah saya kumpulkan	54	53	12	9	7	4,03

<i>Reward</i>							
No	Pertanyaan	Skala					Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS	
1	Saya merasa dihargai saat mendapatkan <i>reward</i> dari Bank Neo	74	35	9	7	10	4,16
2	<i>Reward</i> mendorong saya untuk menyelesaikan lebih banyak <i>quest</i>	65	42	13	11	4	4,14
3	Adanya <i>reward</i> membuat saya tetap tertarik untuk menggunakan Bank Neo	68	38	12	12	5	4,13

<i>Level</i>							
No	Pertanyaan	Skala					Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS	
1	Saya mengetahui <i>level</i> saya dalam Bank Neo berdasarkan <i>quest</i> yang	56	56	6	10	7	4,07

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menjiplak dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

	sudah di selesaikan dan <i>point</i> dikumpulkan						
2	<i>Level</i> membantu saya memahami tahapan yang harus dicapai	57	50	13	11	4	4,08
3	Mencapai <i>level</i> baru membuat saya merasa berkembang	61	45	11	16	2	4,10

Badge							
No	Pertanyaan	Skala					Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS	
1	Saya merasa bangga ketika mendapatkan <i>badge</i> di Bank Neo.	50	47	21	15	2	3,96
2	<i>Badge</i> membantu saya melihat pencapaian saya secara visual	52	55	11	13	4	4,03
3	Saya termotivasi untuk mendapatkan <i>badge</i> yang lebih bagus	54	42	21	15	3	3,96

Motivasi Intrinsik							
No	Pertanyaan	Skala					Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS	
1	Saya merasa senang saat menggunakan Bank Neo	60	49	9	12	5	4,10
2	Saya secara pribadi merasa puas saat menggunakan Bank Neo	55	54	9	11	6	4,05

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

3	Saya tertarik menggunakan Bank Neo karena ingin tahu lebih banyak tentang fitur nya	56	47	14	13	5	4,01
---	---	----	----	----	----	---	------

Motivasi Ekstrinsik							
No	Pertanyaan	Skala					Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS	
1	Saya menggunakan Bank Neo karena ingin mendapatkan pengakuan dari orang lain	36	24	24	27	24	3,16
2	Saya menggunakan Bank Neo karena mengharapkan <i>reward</i> atau insentif	46	40	24	21	4	3,77
3	Saya termotivasi menggunakan Bank Neo karena adanya manfaat yang saya rasakan	61	44	11	16	3	4,07

Enjoyment							
No	Pertanyaan	Skala					Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS	
1	Saya merasa nyaman saat menggunakan Bank Neo.	58	52	9	9	7	4,08
2	Saya merasa senang ketika bertransaksi menggunakan Bank Neo	50	58	11	11	5	4,02
3	Saya menggunakan Bank Neo karena tertarik secara	65	43	11	10	6	4,13

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menyalin, mengutip, dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

	pribadi, bukan karena paksaan						
--	-------------------------------	--	--	--	--	--	--

<i>Usefulness</i>							
No	Pertanyaan	Skala					Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS	
1	Bank Neo menghemat waktu dan tenaga saat melakukan transaksi	58	51	9	13	4	4,09
2	Bank Neo memudahkan saya dalam mencapai tujuan keuangan seperti menabung dan deposito	53	52	13	13	4	4,02
3	Bank Neo ini memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan sehari-hari saya	61	47	12	10	5	4,11

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**