

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
المخلص	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	9
G. Penegasan Istilah.....	10

H. Sistematika Penulisan Skripsi	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. <i>Gamification</i>	13
B. <i>Monthly Event</i>	17
C. <i>Customer Engagement</i>	20
D. <i>E-commerce</i>	23
E. Penelitian Terdahulu.....	29
F. Kerangka Konseptual	38
G. Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	42
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	44
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	46
E. Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	53
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	53
B. Deskripsi Responden.....	55
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	58
D. Analisis Data	61
BAB V PEMBAHASAN	72
A. Pengaruh <i>Gamification</i> terhadap <i>Customer Engagement</i> Pengguna <i>E-commerce</i> Shopee	72

B. Pengaruh <i>Monthly Event</i> terhadap <i>Customer Engagement</i> Pengguna <i>E-commerce</i> Shopee	74
C. Pengaruh <i>Gamification</i> dan <i>Monthly Event</i> terhadap <i>Customer Engagement</i> Pengguna <i>E-commerce</i> Shopee	75
BAB VI PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	82