

**PENGARUH *GAMIFICATION STREAK* TERHADAP
PAPARAN KONTEN *DIGITAL MARKETING* MELALUI
RETENSI PENGGUNA PADA GEN Z PENGGUNA TIKTOK**

BAYU SATRIA PUTRA



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Gamification Streak* Terhadap Paparan Konten *Digital Marketing* Melalui Retensi Pengguna Pada Gen Z Pengguna TikTok” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Bayu Satria Putra
K1401221061

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

ABSTRAK

BAYU SATRIA PUTRA. Pengaruh *Gamification Streak* Terhadap Paparan Konten *Digital Marketing* Melalui Retensi Pengguna Pada Gen Z Pengguna TikTok. Dibimbing oleh ACHMAD FADILLAH.

Perkembangan media sosial mendorong platform digital mengembangkan fitur berbasis *gamification* untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *gamification streak* terhadap retensi pengguna dan paparan konten *digital marketing*, serta menguji peran retensi pengguna sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 164 responden Generasi Z pengguna TikTok di Indonesia. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan teknik *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *gamification streak* berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pengguna, sedangkan retensi pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap paparan konten *digital marketing*. Namun, pengaruh langsung *gamification streak* terhadap paparan konten *digital marketing* tidak signifikan. Retensi pengguna terbukti memediasi hubungan antara *gamification streak* dan paparan konten *digital marketing*. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan retensi pengguna berperan penting dalam meningkatkan paparan konten *digital marketing* pada TikTok.

Kata kunci: *digital marketing*, *gamification streak*, Generasi Z, retensi pengguna, TikTok

ABSTRACT

BAYU SATRIA PUTRA. The Effect of Gamification Streak on Digital Marketing Content Exposure Through User Retention Among Gen Z TikTok Users. Supervised by ACHMAD FADILLAH.

The growth of social media has encouraged digital platforms to develop gamification-based features to enhance user engagement. This study aims to analyze the effect of gamification streak on user retention and digital marketing content exposure, as well as to examine the mediating role of user retention. A quantitative approach was employed using a survey of 164 Generation Z TikTok users in Indonesia. Data were collected through an online questionnaire using a purposive sampling technique and analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). The results indicate that gamification streak has a positive and significant effect on user retention, while user retention has a positive and significant effect on digital marketing content exposure. However, the direct effect of gamification streak on digital marketing content exposure is not significant. User retention was found to mediate the relationship between gamification streak and digital marketing content exposure. These findings suggest that improving user retention plays an important role in increasing digital marketing content exposure on TikTok.

Keywords: digital marketing, gamification streak, Generation Z, TikTok, user retention



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH *GAMIFICATION STREAK* TERHADAP PAPARAN KONTEN *DIGITAL MARKETING* MELALUI RETENSI PENGGUNA PADA GEN Z PENGGUNA TIKTOK

BAYU SATRIA PUTRA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Anggi Mayang Sari, S.Si., M.B.A.
- 2 Dr. Nyayu Lathifah Tirdasari S.E., M.S.M.



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

Judul Skripsi : Pengaruh *Gamification Streak* Terhadap Paparan Konten *Digital Marketing* Melalui Retensi Pengguna Pada Gen Z Pengguna TikTok

Nama : Bayu Satria Putra
NIM : K1401221061

Disetujui oleh

Pembimbing :
Achmad Fadillah, S.E., M.Sc., Ph.D.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian:
8 Juli 2026

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Gamification Streak* terhadap Paparan Konten *Digital Marketing* melalui Retensi Pengguna pada Gen Z Pengguna TikTok”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis pada Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Achmad Fadillah, S.E., M.Sc., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, ilmu, serta motivasi kepada penulis dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M. selaku dosen seminar yang telah memberikan saran, kritik, dan masukan yang membangun sehingga penulis dapat menyempurnakan penelitian dan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Anggi Mayang Sari, S.Si., M.B.A. dan Ibu Dr. Nyayu Lathifah Tirdasari, S.E., M.S.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, masukan, serta arahan yang sangat berharga selama pelaksanaan ujian skripsi, sehingga skripsi ini dapat disempurnakan dan disusun dengan lebih baik.
4. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Program Studi Bisnis, Sekolah Bisnis IPB University yang telah memberikan ilmu, pengalaman, bimbingan, serta pelayanan akademik kepada penulis selama menempuh pendidikan.
5. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang dibutuhkan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
6. Kedua orang tua, Bapak Tri Haryadi dan Ibu Marsiti serta seluruh keluarga tercinta atas segala doa, kasih sayang, dukungan, motivasi, serta pengorbanan yang tiada henti diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman penulis, SB 59, SATGAS, KKN CUT, SHIU, Hidayah, KKN Setono, Babubem, teman Discord, Roblox, Mobile Legends, yang telah memberikan semangat, dukungan, bantuan, serta kebersamaan yang berarti selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyelesaian skripsi ini.

Bogor, Juli 2026

Bayu Satria Putra



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
1.5 Ruang Lingkup	8
II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 <i>Habit Theory</i>	10
2.2 <i>Self-Determination Theory</i>	11
2.3 Platform TikTok sebagai Media <i>Digital Marketing</i>	13
2.4 <i>Gamification</i>	14
2.5 Konsep <i>Streak</i> dalam Platform Digital	16
2.6 Retensi Pengguna	17
2.7 Konsep Paparan Konten <i>Digital Marketing</i>	18
2.8 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	20
2.9 Penelitian Terdahulu	23
2.10 Kerangka Pemikiran	26
2.11 Hipotesis Penelitian	27
III METODE	29
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Definisi Operasional Variabel	31
3.6 Teknik Analisis Data	34
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian	41
4.3 Karakteristik Responden	43
4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	49
4.5 Hasil Analisis SEM-PLS	50
4.6 Implikasi Manajerial	69
V SIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Keterbatasan Penelitian	71
5.3 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	23
2	Skala likert	31
3	Definisi operasional	32
4	Instrumen penelitian	33
5	Tahapan analisis SEM-PLS	36
6	Hasil uji validitas variabel <i>gamification streak</i>	42
7	Hasil uji validitas variabel retensi pengguna	42
8	Hasil uji validitas variabel paparan konten <i>digital marketing</i>	42
9	Hasil uji reliabilitas variabel penelitian menggunakan <i>cronbach's</i>	43
10	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	44
11	Karakteristik responden berdasarkan usia	44
12	Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir	46
13	Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan atau aktivitas	47
14	Karakteristik responden berdasarkan durasi penggunaan TikTok per	48
15	Karakteristik responden berdasarkan lama penggunaan TikTok	48
16	Hasil analisis statistik deskriptif	49
17	Hasil <i>average variance extracted</i> (AVE)	52
18	Hasil <i>fornell-larcker criterion</i>	53
19	Hasil <i>composite reliability</i> dan <i>cronbach's alpha</i>	54
20	Hasil <i>R-Square</i> (R^2)	55
21	Hasil <i>effect size</i> (f^2)	58
22	Hasil evaluasi <i>model fit</i> pada model penelitian	60
23	Hasil pengujian hipotesis menggunakan metode <i>bootstrapping</i>	61

DAFTAR GAMBAR

1	Pengguna TikTok 2018-2024	1
2	Pengguna TikTok terbesar Juli 2024	2
3	Kerangka penelitian	27
4	Model hipotesis penelitian	28
5	Karakteristik responden berdasarkan domisili	45
6	Hasil <i>outer loading</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Kuesioner penelitian	78
2	Lampiran 2 Uji instrumen penelitian	88
3	Lampiran 3 Hasil <i>outer model</i>	90
4	Lampiran 4 Hasil <i>inner model</i>	91
5	Lampiran 5 Hasil pengujian hipotesis	92

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
3. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
4. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.