

PENGARUH PROMOSI BERBASIS GAMIFIKASI 2-SHOT ROULETTE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF TIKET JKT48 THEATER

BIMO FITRAH ARDANA



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

- 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 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 Promosi Berbasis Gamifikasi 2-Shot Roulette terhadap Pembelian Impulsif Tiket JKT48 Theater” 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

Bimo Fitrah Ardana
NIM. K1401221036

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

BIMO FITRAH ARDANA. Pengaruh Promosi Berbasis Gamifikasi 2-Shot Roulette terhadap Pembelian Impulsif Tiket JKT48 Theater. Dibimbing oleh ZENAL ASIKIN.

Persaingan dalam industri hiburan mendorong perusahaan menerapkan strategi pemasaran yang lebih interaktif, salah satunya melalui gamifikasi promosi yang diterapkan oleh JKT48 melalui program 2-Shot Roulette. Hingga saat ini, penelitian mengenai penerapan gamifikasi promosi dalam konteks *live entertainment* masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh gamifikasi promosi terhadap *emotional arousal* dan pembelian impulsif, serta menguji peran mediasi *emotional arousal* pada konsumen JKT48 Theater. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 143 responden yang pernah membeli tiket JKT48 Theater dan mengetahui promosi 2-Shot Roulette. Data dianalisis menggunakan SEM PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gamifikasi promosi berpengaruh positif terhadap *emotional arousal* dan pembelian impulsif. Temuan ini menunjukkan bahwa gamifikasi promosi mampu meningkatkan respons emosional konsumen yang mendorong pembelian impulsif.

Kata kunci: 2-Shot Roulette, *emotional arousal*, gamifikasi promosi, JKT48 Theater, pembelian impulsif

ABSTRACT

BIMO FITRAH ARDANA. *The Effect of 2-Shot Roulette Gamification-Based Promotion on Impulse Buying of JKT48 Theater Tickets*. Supervised by ZENAL ASIKIN.

Competition in the entertainment industry encourages companies to implement more interactive marketing strategies, one of which is promotional gamification. JKT48 has adopted this strategy through its 2-Shot Roulette program. To date, research on the application of promotional gamification in the live entertainment context remains limited. This study aims to analyze the effect of promotional gamification on emotional arousal and impulse buying, as well as to examine the mediating role of emotional arousal among JKT48 theater consumers. A quantitative approach was employed using a survey method involving 143 respondents who had purchased JKT48 theater tickets and were aware of the 2-Shot Roulette promotion. Data were analyzed using SEM-PLS. The results indicate that promotional gamification has a positive effect on both emotional arousal and impulse buying. These findings suggest that promotional gamification can enhance consumers' emotional responses, which in turn encourage impulse buying behavior.

Keywords: 2-Shot Roulette, *emotional arousal*, impulse buying, JKT48 Theater, promotional gamification



@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 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 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 PROMOSI BERBASIS GAMIFIKASI 2-SHOT ROULETTE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF TIKET JKT48 THEATER

BIMO FITRAH ARDANA

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 Ir. Retnaningsih, M.Si.
- 2 Dr. Raden Isma Anggraini, S.P., M.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 Promosi Berbasis Gamifikasi 2-Shot Roulette terhadap
Pembelian Impulsif Tiket JKT48 Theater

Nama : Bimo Fitrah Ardana

NIM : K1401221036

Disetujui oleh

Pembimbing:

Dr. Zenal Asikin, S.E., M.Si.



Digitally signed by:
Zenal Asikin

Date: 29 Jul 2026 06:51:24 WIB
Verify at dsign.ipb.ac.id

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP 197711262008122001

Tanggal Ujian:

Rabu, 22 Juli 2026

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2026 sampai bulan Juli 2026 ini ialah pembelian impulsif, dengan judul “Pengaruh Promosi Berbasis Gamifikasi 2-Shot Roulette terhadap Pembelian Impulsif Tiket JKT48 Theater”. Penelitian ini berhasil berkat dukungan orang-orang hebat selama perkuliahan dan penelitian yaitu:

1. Ayah Andhi Hidayat dan Ibu Isnani atas seluruh doa dan dukungan selama perjalanan perkuliahan ini.
2. Dr. Zenal Asikin, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan penelitian ini.
3. Dr. Nyayu Lathifah Tirdasari, S.E., M.S.M. selaku dosen seminar yang telah memberikan arahan serta saran selama proses penyusunan dan penyelenggaraan seminar hasil penelitian ini.
4. Ir. Retnaningsih, M.Si. dan Dr. Raden Isma Anggraini, S.P., M.M. selaku dosen penguji sidang yang telah memberikan kritik yang membangun dalam penyusunan penelitian ini.
5. Seluruh dosen Sekolah Bisnis, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pembelajaran yang bermanfaat selama masa studi penulis. Staf akademik Sekolah Bisnis IPB yang senantiasa berkontribusi dalam kenyamanan perkuliahan.
6. Teman-teman Mabes yaitu Tulus, Naufal, Naradata, Ndaru, Bina, Khafi, Fayyadh, Naufal R, Roy, Imam, Andre, dan Dirga yang telah kebersamai peneliti dalam menjalankan kehidupan perkuliahan.
7. Fadheil Muhammad Fayzan yang telah mengenalkan JKT48 Theater kepada peneliti sehingga peneliti mendapat inspirasi untuk melakukan penelitian ini.
8. Teman-teman fans JKT48 penulis yaitu Rinaldi, Satria, Zahid, Anggi, Adel, Khana, Isah serta fans JKT48 yang telah meluangkan waktu untuk menjadi responden untuk membantu proses berjalannya penelitian.
9. Teman-teman dekat penulis yaitu Raffa, Syafiq, Haikal, Umar, Hanif, Naufal yang selalu memberi dukungan dan menjadi teman mengobrol di kala penulis sedang tidak bersemangat.
10. Teman-teman Sekolah Bisnis IPB yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas seluruh dukungan selama berjalannya kehidupan perkuliahan di Sekolah Bisnis IPB.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Bimo Fitrah Ardana

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	6
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 <i>Stimulus–Organism–Response</i> (S-O-R)	8
2.2 <i>Emotional Arousal</i>	9
2.3 Gamifikasi	11
2.3.1 Definisi Gamifikasi	11
2.3.2 Gamifikasi dalam Promosi <i>Event</i> Hiburan	11
2.3.3 Struktur Elemen Gamifikasi	12
2.3.4 Elemen Gamifikasi dalam Penelitian	13
2.3.5 Implementasi Gamifikasi dalam Promosi 2-Shot Roulette	14
2.4 Pembelian Impulsif	15
2.5 Kerangka Pemikiran	16
2.6 Model Penelitian	17
2.7 Hipotesis	18
2.7.1 Pengaruh Gamifikasi Promosi terhadap <i>Emotional Arousal</i>	18
2.7.2 Pengaruh <i>Emotional Arousal</i> terhadap Pembelian Impulsif	18
2.7.3 Pengaruh Gamifikasi Promosi terhadap Pembelian Impulsif	18
2.7.4 Peran Mediasi <i>Emotional Arousal</i>	19
2.8 Penelitian Terdahulu	19
III METODE	21
3.1 Waktu dan Tempat	21
3.2 Jenis dan Sumber Data	21
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data	22
3.4.1 Analisis Deskriptif	22
3.4.2 Skala Likert	22
3.4.3 Analisis SEM-PLS	23
3.5 Definisi Operasional	24
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum	27
4.2 Identifikasi Karakteristik Responden	27
4.3 Hasil Analisis SEM-PLS	30
4.3.1 Analisis Outer Model	30
4.3.2 Analisis <i>Inner Model</i>	33
4.4 Pembahasan	36



4.4.1 Pengaruh Gamifikasi Promosi terhadap <i>Emotional Arousal</i>	36
4.4.2 Pengaruh <i>Emotional Arousal</i> terhadap Pembelian Impulsif	37
4.4.3 Pengaruh Gamifikasi Promosi terhadap Pembelian Impulsif	39
4.4.4 Peran Mediasi <i>Emotional Arousal</i>	40
4.5 Implikasi Manajerial	42
V SIMPULAN DAN SARAN	44
5.1 Simpulan	44
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	49
RIWAYAT HIDUP	54

DAFTAR TABEL

1	Implementasi gamifikasi dalam program 2-Shot Roulette	15
2	Penelitian terdahulu	19
3	Penelitian terdahulu (lanjutan)	20
4	Skor skala Likert	22
5	Variabel dan indikator penelitian	25
6	Variabel dan indikator penelitian (lanjutan)	26
7	Demografi responden	28
8	Karakteristik responden	29
9	Data nilai AVE	31
10	Data nilai <i>Fornell-Larcker</i>	31
11	Data nilai <i>cross loading</i>	32
12	Uji reliabilitas	33
13	Nilai <i>R-Square</i>	33
14	Nilai <i>F-Square</i>	34
15	Nilai <i>path coefficient</i>	35
16	Nilai total <i>indirect effect</i>	35
17	Implikasi manajerial	42

DAFTAR GAMBAR

1	Model <i>Stimulus–Organism–Response</i>	8
2	Kerangka pemikiran	17
3	Model penelitian	17
4	Desain struktural variabel laten	24
5	Mekanisme 2-Shot Roulette JKT48	27
6	Hasil uji <i>loading factor</i>	30

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	50
2	Data hasil pengujian SEM-PLS	52



@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.