

ABSTRAK

Shopee merupakan salah satu platform *e-commerce* terkemuka di Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Meskipun dikenal aktif melakukan inovasi melalui fitur aplikasi yang menarik dan personal, beberapa data menunjukkan adanya penurunan kinerja Shopee mulai tahun 2023 dan 2024. Penurunan ini terlihat dari, jumlah unduhan aplikasi pertahun, total kunjungan perbulan, presentase kunjungan seluler, dan rata-rata durasi kunjungan. Fenomena ini menunjukkan perlunya strategi yang lebih kuat dalam mempertahankan loyalitas pengguna. Di sisi lain, sejumlah studi sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten mengenai pengaruh gamifikasi terhadap loyalitas merek.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *gamification*, *mobile app design*, dan *personalized recommendation* terhadap *brand loyalty* dengan *customer engagement* sebagai variabel mediasi, menggunakan pendekatan *Stimulus-Organism-Response (S-O-R)* untuk memahami mekanisme psikologis pengguna dalam merespons stimulus digital aplikasi. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif pada 222 pengguna Shopee aktif dengan syarat minimal pernah menggunakan fitur *Shopee Games* minimal satu kali dan bermomisili di Kota Semarang. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring, dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan bantuan software AMOS 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel stimulus, yakni *gamification*, *mobile app design*, dan *personalized recommendation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer engagement*. Selain itu, ketiganya juga berpengaruh langsung terhadap *brand loyalty*. Temuan penting lainnya adalah peran mediasi yang signifikan dari *customer engagement* dalam memperkuat pengaruh fitur digital terhadap loyalitas pengguna. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi pemasaran digital berbasis pengalaman pengguna dalam konteks *e-commerce*, serta dapat menjadi masukan strategis bagi manajemen Shopee dalam meningkatkan keterikatan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

Kata kunci: *Gamification, Mobile Design App, Personalized Recommendations, Customer Engagement, Brand Loyalty, Shopee, S-O-R, SEM*