

ABSTRAK

Kemunculan ponsel pintar dan internet telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan termasuk juga gaya hidup masyarakat. Segala hal dapat dilakukan hanya melalui ponsel yang terkoneksi dengan internet termasuk juga berbelanja. Kemunculan berbagai macam *e-marketplace* disambut baik oleh masyarakat karena seakan menjadi solusi. Persaingan antar *e-marketplace* semakin ketat, berlomba-lomba untuk meningkatkan keterlibatan di antara konsumen dengan sebuah aplikasi seluler *e-marketplace*. Kotler dkk (2017:260) menyebutkan bahwa gamifikasi merupakan metode yang mampu meningkatkan keterlibatan. Shopee menjadi salah satu *e-marketplace* yang masuk ke dalam persaingan menerapkan gamifikasi yaitu Goyang Shopee. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aplikasi seluler Shopee dan gamifikasi pada Goyang Shopee terhadap keterlibatan pengguna Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan analisis deskriptif. Hasil pengolahan data menggunakan analisis statistik deskriptif, variabel X1 Aplikasi Seluler Shopee memperoleh hasil sebesar 85,5%. Variabel X2 Gamifikasi pada “Goyang Shopee” memperoleh 76,4%. Variabel Y Keterlibatan Pengguna Shopee memperoleh 73,43%. Hasil uji T dan uji F membuktikan bahwa Variabel X1, X2 berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap variabel Y dengan koefisien determinasi sebesar 37,3% sedangkan sisanya sebesar 62,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata kunci: *E-Marketplace*, Aplikasi Seluler, Gamifikasi, Keterlibatan