

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Pembatasan Masalah	14
1.4 Perumusan Masalah.....	14
1.5 Tujuan Penelitian.....	15
1.6 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Kajian Teoritis	17
2.1.1 Customer Satisfaction	17
2.1.2 Customer Service	19
2.1.3 Usability.....	22
2.1.4 Responsiveness	24
2.1.5 Teknologi Informasi.....	27
2.1.6 Techonology Acceptance Model (TAM)	28
2.1.7 Artificial Intelligence	31
2.1.8 Chatbot	32
2.1.9 E-commerce	34
2.2 Penelitian yang Relevan	36
2.3 Kerangka Pemikiran	39
2.4 Hipotesis Penelitian.....	41

BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Jenis Penelitian	43
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	44
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	45
3.4. Prosedur dan Rancangan Penelitian	48
3.5. Variabel Penelitian	49
3.6. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	53
3.7. Teknik Analisis Data	55
3.7.1 Analisis statistik Deskriptif	56
3.7.2 Uji Instrumen	56
3.7.2.1. Uji Validitas	56
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	58
3.7.3.1. Uji Normalitas	58
3.7.4 Uji hipotesis	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1. Gambaran Umum	63
4.2. Deskripsi Data Responden	65
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Bulanan	66
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Aplikasi Shopee dalam 1 Minggu	67
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Fitur Chatbot pada Aplikasi Shopee dalam 1 Minggu	68
4.3. Analisis Statistik Deskriptif	69
4.4. Uji Instrumen	71
4.2.1 Uji Validitas	71
4.2.2 Uji Realibilitas	72
4.5. Uji Asumsi Klasik	73
4.5.1 Uji Normalitas	73
4.5.2 Uji Multikoloniretas	75
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	76
4.6. Uji Hipotesis	78
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda	78

4.6.2	Uji Koefisien Determinasi atau R-Square (R^2).....	80
4.6.3	Uji t (Parsial)	81
4.6.4	Uji F(Simultan)	82
4.7.	Pembahasan	83
4.7.1	Pengaruh Usability Terhadap Customer Satisfaction	83
4.7.2	Pengaruh Responsiveness Terhadap Customer Satisfaction.....	85
4.7.3	Pengaruh Usability dan Responsiveness Terhadap Customer Satisfaction.....	88
BAB V PENUTUP.....		91
5.1.	Kesimpulan.....	91
5.2.	Saran.....	92
5.2.1	Saran untuk Peneliti di Masa Depan	92
5.2.2	Saran bagi Perusahaan.....	93
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN.....		103

THE *Character Building*
UNIVERSITY