

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktik.....	12
1.5 Kerangka Teori.....	12
1.5.1 <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA).....	12
1.5.2 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	13
1.5.3 <i>Customer Journey</i>	14
1.5.4 <i>Human Machine Communication</i>	14
1.6 Kerangka Pemikiran	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Perilaku Konsumen.....	19
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA).....	20
2.2 Definisi <i>Artificial Intelligence</i> (AI)	21
2.2.1 AI Dalam Industri Kecantikan.....	22
2.2.2 Revolusi Marketing Dalam Era AI	24
2.2.3 <i>Human Machine Communication</i>	25
2.4 <i>Customer Journey</i>	29
2.5 Penelitian Terdahulu	31
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Subjek Penelitian	36
3.3 Lokasi Penelitian	38
3.4 Sumber Data.....	38

3.4.1	Data Primer	38
3.4.2	Data Sekunder.....	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1	Wawancara.....	39
3.5.2	Observasi	40
3.5.3	Studi Kepustakaan.....	40
3.5.4	Dokumentasi	40
3.6	Teknik Analisis Data	41
3.6.1	Reduksi Data.....	41
3.6.2	Penyajian Data	42
3.6.3	Penarikan Kesimpulan.....	42
3.7	Teknik Keabsahan data	42
3.7.1	Triagulasi Sumber	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Gambaran Umum <i>Artificial Intelligence</i> (AI) Laboré <i>Sensitive Skin Advisor</i>	45
4.1.1	Tujuan dan Fungsi Pengembangan <i>Artificial Intelligence</i> (AI) Laboré <i>Sensitive Skin Advisor</i>	46
4.2	Hasil Penelitian.....	47
4.2.1	Pengalaman Konsumen dalam Tahapan <i>Customer Journey</i> ..	47
4.2.2	Persepsi Konsumen dalam kemudahan menggunakan Fitur AI Laboré	55
4.2.3	Faktor Psikologis Dan Sosial dalam Keputusan Penggunaan AI Laboré	59
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	63
4.3.1	<i>Customer Journey</i> dalam Penggunaan Fitur AI Laboré.....	63
4.3.3	Sikap dan Norma Subjektif Konsumen dalam Perpektif AI Laboré	68
4.4	Komunikasi manusia dengan mesin dalam interaksi.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Tingkat Sentimen Positif Terhadap AI.....	3
Gambar 1.2 Tahap awal Skin Advisor Laboré	5
Gambar 1.3 Quiz Skin Advisor Laboré	6
Gambar 1.4 Data Gaya Hidup Konsumen.....	6
Gambar 1.5 Skin Deteksi oleh Artificial Intelligence.....	7
Gambar 1.6 Hasil Rekomendasi AI	7
Gambar 1.7 Kerangka Pemikiran	16
Gambar 2.1 Model HMC	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Interview Guide	77
Lampiran 2 . Profil Informan	81
Lampiran 3 . Transkrip Wawancara	83
Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara	102
Lampiran 5. Cek Turnitin.....	106