

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Kerangka Teori.....	10
1.5.1 Adopsi Teknologi	10
1.6 Kerangka Pemikiran.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Adaptasi Teknologi.....	15
2.1.1 Internet	20
2.1.2 <i>Artificial Intelligence</i>	21
2.1.3 <i>Chatbot</i>	22
2.2 <i>Marketplace</i>	23
2.2.1 <i>E-Commerce</i>	24
2.2.2 <i>Shopee</i>	27
2.3 Penelitian Terdahulu.....	29

BAB III METODELOGI PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	39
3.2.1 Subjek Penelitian.....	39
3.3 Sumber Data.....	39
3.3.1 Data Primer	40
3.3.2 Data Sekunder	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1 Wawancara	41
3.4.2 Dokumentasi	41
3.4.3 Studi Pustaka.....	42
3.5 Teknik Analisis Data	42
3.5.1 Pengumpulan Data	45
3.5.2 Reduksi Data	45
3.5.3 Penyajian Data	45
3.5.4 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi	46
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Profil Informan.....	47
4.1.1 Informan Utama: Seller Shopee	48
4.1.2 Informan Tambahan: Buyer Shopee.....	51
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 <i>Relative Advantage</i> (Keunggulan Relatif)	52
4.2.2 <i>Compatibility</i> (Kesesuaian).....	55
4.2.3 <i>Complexity</i> (Kerumitan).....	58
4.2.4 <i>Trialability</i> (Kemudahan Uji Coba)	62
4.2.5 <i>Observability</i> (Tingkat Keterlihatan Hasil).....	63
4.3 Pembahasan.....	64
4.3.1 Dinamika Adaptasi Teknologi dalam Praktik Bisnis Harian Seller	65
4.3.2 Reaksi Sosial <i>Seller</i> terhadap <i>Chatbot</i>	78
4.3.3 Strategi Seller Menghadapi Teknologi di Tengah Keterbatasan	90

BAB V PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	102