

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Expectation-Confirmation Model (ECM)	10
2. <i>Chatbot Marketing Efforts</i>	12
3. <i>Satisfaction</i>	15
4. <i>Continuance Intention</i>	17
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Pengaruh Antar Variabel.....	21
1. Pengaruh <i>Interaction</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	21
2. Pengaruh <i>Customization</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	22
3. Pengaruh <i>Problem Solving</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	23
4. Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	23
5. Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	24

6. Peran <i>Satisfaction</i> dalam Memediasi Pengaruh <i>Interaction</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	25
7. Peran <i>Satisfaction</i> dalam Memediasi Pengaruh <i>Customization</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	26
8. Peran <i>Satisfaction</i> dalam Memediasi Pengaruh <i>Problem Solving</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	26
9. Peran <i>Satisfaction</i> dalam Memediasi Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	27
D. Kerangka Konseptual.....	28
E. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Rancangan Penelitian.....	29
B. Populasi.....	29
C. Sampel dan Teknik Sampling.....	30
D. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	31
1. Variabel Independen.....	31
2. Variabel Mediasi.....	31
3. Variabel Dependen.....	31
4. Definisi Operasional Variabel.....	31
5. Skala Pengukuran.....	34
E. Jenis Data Penelitian.....	35
F. Prosedur Pengambilan Data.....	35
G. Teknik Analisis Data.....	36
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	36
2. Analisis Statistik Kuantitatif.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	40
1. Deskripsi Responden.....	40
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	42
B. Hasil Analisis.....	43
1. Evaluasi Model Pengukuran.....	43
2. Evaluasi Model Struktural.....	49
C. Pembahasan.....	54

1. Pengaruh <i>Interaction</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	54
2. Pengaruh <i>Customization</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	56
3. Pengaruh <i>Problem Solving</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	57
4. Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>Satisfaction</i>	58
5. Pengaruh <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	59
6. Peran <i>Satisfaction</i> dalam memediasi pengaruh <i>Interaction</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	60
7. Peran <i>Satisfaction</i> dalam memediasi pengaruh <i>Customization</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	61
8. Peran <i>Satisfaction</i> dalam memediasi pengaruh <i>Problem Solving</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	62
9. Peran <i>Satisfaction</i> dalam memediasi pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>Continuance Intention</i>	63
BAB V.....	65
KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	67
1. Bagi Perusahaan	67
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	78
LAMPIRAN 1.....	79