

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTTO.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II.....	17

TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Landasan Teori.....	17
1. Kepuasan Konsumen	17
2. Usability Chatbot.....	19
3. Responsiveness Chatbot	21
4. Online Customer Experience (OCE)	24
5. <i>Personality</i> sebagai Variabel Moderasi.....	29
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Hubungan Antar Variabel.....	39
D. Kerangka Pemikiran	51
E. Hipotesis Penelitian.....	55
BAB III.....	58
METODOLOGI PENELITIAN	58
A. Rancangan Penelitian	58
B. Objek Penelitian	59
C. Populasi	60
D. Sampel dan Teknik Sampling	60
E. Besarnya Sampel	61
F. Jenis Data Penelitian	61
G. Prosedur Pengambilan Data.....	62

H. Skala Pengukuran Variabel.....	63
I. Klasifikasi Variabel Penelitian	65
J. Definisi Operasional Variabel.....	67
K. Uji Instrumen	70
L. Teknik Analisis Data	77
BAB IV	85
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	85
A. Analisis Statistik Deskriptif Responden	85
B. Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	88
C. Analisis Statistik Inferensial	96
D. Pengujian Hipotesis.....	108
E. Pembahasan Hasil Penelitian	118
BAB V.....	138
KESIMPULAN DAN SARAN	138
A. Kesimpulan	138
B. Keterbatasan Penelitian	141
C. Saran.....	142
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN	160