

DAFTAR ISI

Lembar Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Daftar Lampiran	x
Abstrak	xi
Abstract	xii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.6. Ruang Lingkup Penelitian	12
1.7. Sistematika Penelitian	13
 BAB II LANDASAN TEORI	 15
2.1. Pengertian Perilaku Pelanggan	15
2.2. Model Perilaku Pelanggan	15
2.3. Sikap Pelanggan	19
2.4. <i>Chatbot</i>	21
2.5. Model Adopsi Teknologi Baru	23
2.6. Kajian Penelitian Terdahulu	26
2.7. Kerangka Penelitian	33

BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1. Desain Penelitian	35
3.2. Metode Pengumpulan Data	36
3.3. Instrumen Penelitian	39
3.4. Metode Analisis Data	42
3.5. Metode Validitas Data	44
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 46
4.1. Deskripsi Data	46
4.2. Pembahasan	50
 BAB V SIMPULAN	 78
5.1. Simpulan	78
5.2. Implikasi Manajerial	79
5.3. Keterbatasan Penelitian	82
5.4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	83
 DAFTAR PUSTAKA	 84
LAMPIRAN	88