

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
INTISARI	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Pertanyaan Riset	13
1.4 Tujuan Riset	14
1.5 Lingkup Riset	15
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 S-O-R <i>framework</i>	18
2.1.2 Stimulus Konten yang Dihasilkan oleh Kecerdasan buatan	20
2.1.3 Interaktivitas yang Dirasakan	21
2.1.4 Personalisasi yang Dirasakan	23
2.1.5 Keterlibatan Pelanggan	24
2.1.6 Penciptaan Nilai Bersama	26
2.1.7 Keinovatifan Pelanggan	27

2.2 Pengembangan Hipotesis.....	28
2.2.1 Pengaruh Interaktivitas yang Dirasakan pada Penciptaan Nilai Bersama.....	28
2.2.2 Pengaruh Personalisasi yang Dirasakan pada Penciptaan Nilai Bersama.....	30
2.2.3 Pengaruh Interaktivitas yang Dirasakan dan Penciptaan Nilai Bersama.....	33
2.2.4 Pengaruh Personalisasi yang Dirasakan dan Penciptaan Nilai Bersama Melalui Keterlibatan Pelanggan	35
2.2.5 Pengaruh pemoderasi Keinovatifan Pelanggan pada hubungan Interaktivitas yang Dirasakan dan Keterlibatan Pelanggan	38
2.2.6 Pengaruh pemoderasi Keinovatifan Pelanggan pada hubungan antara Personalisasi yang Dirasakan dan Keterlibatan Pelanggan	40
2.2.7 Pengaruh pemoderasi Keinovatifan Pelanggan pada hubungan antara Interaktivitas yang Dirasakan dan Penciptaan Nilai Bersama ..	42
2.2.8 Pengaruh pemoderasi Keinovatifan Pelanggan pada hubungan antara Personalisasi yang Dirasakan dan Penciptaan Nilai Bersama ...	44
2.3 Model Riset	46
BAB III METODE RISET	50
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	51
3.2.1 Interaktivitas yang Dirasakan	51
3.2.2 Personalisasi yang Dirasakan	52
3.2.3 Keterlibatan pelanggan	53
3.2.4 Penciptaan Nilai Bersama	53
3.2.5 Keinovatifan Pelanggan	54
3.3 Desain Pengambilan Sampel	55
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel.....	55
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel	55

3.3.3 Ukuran Sampel.....	56
3.3.4 Daerah Penyebaran Kuesioner	57
3.5 Profil Responden	58
3.6 Objek Riset	61
3.6.1 Shopee	61
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	62
3.8 Instrumen Riset	63
3.9 Metode Analisis data.....	64
3.9.1 Metode Analisis SEM-PLS	64
3.9.2 Evaluasi Model Pengukuran	65
3.9.3 Evaluasi Model Struktural.....	67
3.9.4 Penentuan Uji Kecocokan Model	68
3.9.5 Pengujian Hipotesis.....	68
BAB IV ANALISIS DATA.....	70
4.1 Kualitas Data Penelitian	70
4.1 Evaluasi Model Pengukuran	70
4.1.1 Uji Validitas Konvergen.....	70
4.1.2 Uji Validitas Diskriminan.....	72
4.1.3 Uji Reliabilitas	74
4.2 Statistik Deskriptif	75
4.2.2 Matriks Korelasi.....	76
4.3 Evaluasi Model Struktural.....	77
4.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)	77
4.3.2 F -square (f^2)	79
4.4 Uji Kecocokan Model.....	82
4.5 Pengujian Hipotesis.....	83

4.5.1 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Pertama	86
4.5.4 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keempat	96
4.5.5 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kelima	99
4.5.6 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Keenam.....	103
4.5.7 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketujuh.....	106
4.5.8 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedelapan	109
4.6 Ringkasan Pengujian Hipotesis	112
BAB V_KESIMPULAN	115
5.1 Kesimpulan	115
5.2 Implikasi Manajerial	119
5.3 Keterbatasan Riset	123
5.4 Arahan Riset Mendatang.....	123
DAFTAR PUSTAKA	125
DAFTAR LAMPIRAN	129
Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian	130
Lampiran 2 : Hasil Perhitungan Korelasi	138
Lampiran 3: Hasil Uji Algoritm dan Bootstrapping.....	139