

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	0
PENDAHULUAN	0
1.1 Latar Belakang	0
1.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Teori Pendukung	16
2.1.1 <i>Grand Theory</i>	16
2.1.2 <i>Service Quality</i>	17
2.1.3 <i>Trust</i>	21
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.1.5 <i>Customer Loyalty</i>	28
2.2 Pengembangan Hipotesis & Kerangka Teori	32
2.2.1 <i>Service Quality dan Customer Loyalty</i>	32
2.2.2 <i>Service Quality dan Customer Satisfaction</i>	33
2.2.3 <i>Trust dan Customer Loyalty</i>	34
2.2.4 <i>Trust dan Customer Satisfaction</i>	36
2.2.5 <i>Customer Satisfaction dan Customer Loyalty</i>	37

2.2.6	<i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> 38	
2.2.7	<i>Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	39
2.2.8	Kerangka Teori.....	42
BAB III		44
METODOLOGI PENELITIAN		44
3.1	Waktu dan Tempat penelitian.....	44
3.1.1	Waktu Penelitian	44
3.1.2	Tempat Penelitian.....	44
3.2	Desain Penelitian	45
3.2.1	Metode Penelitian.....	45
3.2.2	Jenis Data.....	45
3.3	Populasi dan Sampel	46
3.3.1	Populasi	46
3.3.2	Sampel.....	46
3.4	Pengembangan Instrumen.....	47
3.4.1	Instrumen <i>Service Quality</i>	48
3.4.2	Instrumen <i>Trust</i>	50
3.4.3	Instrumen <i>Customer Satisfaction</i>	52
3.4.4	Instrumen <i>Customer Loyalty</i>	56
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.6	Teknik Analisis Data.....	59
3.6.1	<i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	60
3.6.2	<i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	62
3.6.3	Uji Hipotesis (<i>Path Analysis</i>).....	64
4.1	Analisis Data Responden.....	65
4.2	Analisis Deskriptif	69
4.2.1	<i>Service Quality</i>	69
4.2.2	<i>Trust</i>	73
4.2.3	<i>Customer Satisfaction</i>	77
4.2.4	<i>Customer Loyalty</i>	80
4.3	Hasil Analisis Data.....	84
4.4	Pembahasan.....	103

4.4.1	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	103
4.4.2	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	104
4.4.3	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	105
4.4.4	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	106
4.4.5	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	106
4.4.6	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	107
4.4.7	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	108
5.1	Kesimpulan	110
5.2	Implikasi	112
5.3	Keterbatasan Penelitian	113
5.4	Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	114
DAFTAR PUSTAKA		115
LAMPIRAN		125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Layanan Terpopuler Masyarakat Indonesia	2
Gambar 1. 2 10 Dompot Digital Terlaris di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Survei Pengguna Dompot Digital di Indonesia	4
Gambar 1. 4 Tujuan Bisnis dalam Penggunaan Chatbot.....	6
Gambar 1. 5 Chatbot DIANA	7
Gambar 1. 6 Bukti Keluhan Pengguna Terhadap Layanan Chatbot	9
Gambar 2. 1 Model Penelitian	42
Gambar 4.1 Model Kerangka Teori.....	84
Gambar 4.2 Model dengan Nilai Outer Loading	87
Gambar 4.3 Model Hasil Pengujian Bootstrapping	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Keluhan Pengguna Chatbot DIANA DANA	9
Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Service Quality	48
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Trust	50
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Customer Satisfaction	52
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Customer Loyalty	56
Tabel 3. 5 Skor Skala Likert	58
Tabel 4.1 Profil Responden berdasarkan Usia	65
Tabel 4.2 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4.3 Profil Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	67
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Domisili	68
Tabel 4.6 Frekuensi Penggunaan Fitur Diana	69
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Service Quality (X1)	70
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Trust (X2)	74
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Customer Satisfaction (Z)	77
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Customer Loyalty (Y)	81
Tabel 4.11 Uji Convergent Validity	85
Tabel 4.12 Nilai Cross Loading	88
Tabel 4.13 Nilai Fornell-Larcker	91
Tabel 4.14 Nilai HTMT	92
Tabel 4.15 Nilai AVE	93
Tabel 4.16 Nilai Composite Reliability	94
Tabel 4.17 Nilai Cronbach's Alpha	94
Tabel 4.18 Nilai Inner VIF	95
Tabel 4.19 Nilai Coefficient Determination (R-Square)	96
Tabel 4.20 Nilai Predictive Relevance (Q-Square)	97
Tabel 4.21 Nilai Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	99
Tabel 4.22 Nilai Uji Pengaruh Tidak Langsung	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	125
Lampiran 2 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	131
Lampiran 3 Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing	132
Lampiran 4 Kartu Konsultasi.....	133
Lampiran 5 Kartu Revisi.....	134
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	135
Lampiran 7 Tabulasi Data.....	136
Lampiran 8 Riwayat Hidup	150