

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	II
HALAMAN PERNYATAAN	III
MOTTO	IV
KATA PENGANTAR	V
ABSTRAK	VII
ABSTRACT	IX
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR GAMBAR	XVI
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	1
1.1.1 Profil PT Bank Mandiri (Persero) Tbk.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.3 Livin' by Mandiri	2
1.2 LATAR BELAKANG PENELITIAN	3
1.3 PERUMUSAN MASALAH.....	8
1.4 TUJUAN PENELITIAN	9
1.5 MANFAAT PENELITIAN	10
1.5.1 Aspek Akademis.....	10
1.5.2 Aspek Praktis.....	10
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN TUGAS AKHIR.....	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12

2.1 TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Artificial Intelligence	12
2.1.3 Expectation Confirmation Model.....	13
2.1.4 Trendiness	15
2.1.5 Visual Attractiveness	15
2.1.6 Problem Solving.....	16
2.1.7 Customization	16
2.1.8 Communication Quality	17
2.1.9 Corporate Reputation	18
2.1.10 User Satisfaction	19
2.1.11 Acceptance of AI Enabled Banking	20
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	20
2.2 KERANGKA PEMIKIRAN	34
2.3 HIPOTESIS PENELITIAN.....	37
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN	39
3.1 JENIS PENELITIAN.....	39
3.2 OPERASIONALISASI VARIABEL	40
3.2.1 Variabel Operasional	40
3.2.2 Skala Pengukuran.....	43
3.3 TAHAPAN PENELITIAN	44
3.4 POPULASI DAN SAMPEL	45
3.4.1 Populasi	45
3.4.2 Sampel.....	46
3.5 PENGUMPULAN DATA DAN SUMBER DATA.....	47
3.5.1 Pengumpulan Data	47
3.5.2 Sumber Data.....	47
3.6 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	48
3.6.1 Uji Validitas.....	48

3.6.2 Uji Reliabilitas	52
3.7 TEKNIK ANALISIS DATA	53
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	53
3.7.2 Analisis SEM.....	55
3.7.3 PLS.....	56
3.8 UJI HIPOTESIS.....	60
BAB IV	61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN	61
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Provinsi.....	63
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	66
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	68
4.2 HASIL PENELITIAN	69
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	69
4.2.2 Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	90
4.3 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	103
4.3.1 H1: Terdapat hubungan positif expectation confirmation dengan user satisfaction pada Livin' by Mandiri	104
4.3.2 H2: Terdapat hubungan positif expectation confirmation dengan perceived performance pada Livin' by Mandiri	104
4.3.3 H3: Terdapat hubungan positif perceived performance dengan user satisfaction pada Livin' by Mandiri	105
4.3.4 H4: Tidak terdapat hubungan positif trendiness of AI dengan user satisfaction pada Livin' by Mandiri	105
4.3.5 H5: Tidak terdapat hubungan positif visual attractiveness of AI dengan user satisfaction pada Livin' by Mandiri.....	106

4.3.6 H6: Tidak terdapat hubungan positif problem solving of AI dengan user satisfaction pada Livin' by Mandiri	107
4.3.7 H7: Terdapat hubungan positif customization feature of AI dengan user satisfaction pada Livin' by Mandiri	108
4.3.8 H8: Terdapat hubungan positif communication quality feature of AI dengan user satisfaction pada Livin' by Mandiri	109
4.3.9 H9: Terdapat hubungan positif user satisfaction dengan acceptance artificial intelligence enabled banking pada Livin' by Mandiri	109
4.3.10 H10: Terdapat hubungan positif coporate reputation dengan acceptance of artificial intelligence enabled banking pada Livin' by Mandiri	110
BAB V	112
KESIMPULAN & SARAN.....	112
5.1 KESIMPULAN	112
5.2 SARAN.....	117
5.2.1 Saran Akademis.....	117
5.2.2 Saran Praktis.....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	121
LAMPIRAN.....	127