

**PENGARUH SOCIAL COMMERCE DAN  
ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) CHATBOT  
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION  
(Studi Pengguna Produk Smart Home Kadonio)**

**SKRIPSI**

Memenuhi Persyaratan  
Untuk Mencapai Derajat Sarjana S-1  
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

**VINA ALFIONITA**  
NPM. 201003612012142

**PROGRAM STUDI MANAJEMAN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945  
SEMARANG  
2023**

**PENGARUH SOCIAL COMMERCE DAN  
ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) CHATBOT  
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION  
(Studi Pengguna Produk Smart Home Kadonio)**

Dipersiapkan dan disusun oleh  
**VINA ALFIONITA**  
NPM. 201003612012142

Telah Dipertahankan di depan Dosen Penguji  
Pada Tanggal  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

( Prof. Dr. Susetyo Darmanto, ST, SE, MM )  
Penguji 1

Drs. Galuh Juniarto, SE, MM  
Pembimbing

(Drs. S. Wardana P, SE,MM)  
Penguji 2

Semarang,.....  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang  
Ketua Program Studi Manajemen

Drs. Galuh Juniarto, SE, MM  
NRP : 1113116

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

*“ Work hard in silence, let success be your noise “*  
*( Bekerja keras dalam diam, dan biarkan sukses menjadi kebisinganmu )*

*( Frank ocean )*

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- Orang Tua
- Suami
- Mertua
- Keluarga besar
- Seluruh dosen FEB UNTAG Semarang
- Sahabat dan teman-teman yang selalu support

Judul : *The Infulence of Social Commerce and Artificial Iintelligence (AI) Chatbots on Customer Satisfaction. User Study of Kadonio Smart Home Products*  
Nama : Vina Alfionita  
Npm : 201003612012142

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social commerce* dan *AI chatbot* terhadap *customer satisfaction*. Populasi yang digunakan adalah pembeli dan pengguna produk *smart home* kadonio yang berjumlah 225 responden. Sampel yang dipilih 144 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Jenis datanya primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner yang dibuat melalui *google form*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian lalu diolah menggunakan SPSS versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : *Social Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. *AI Chatbot* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Kata kunci : Social Commerce, AI Chatbot, Customer Satisfaction

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan YME, karena atas segala rahmat dan karunia-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh *Social Commerce* dan *Artificial Intelligence ( AI ) Chatbot* terhadap *Customer Satisfaction* (Studi Pengguna Produk Smart Home Kadonio)”**”.

Tujuan penulisan skripsi adalah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat sarjana S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Mulai perencanaan sampai dengan penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Dra. Nurchayati, MM, AK.CA selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
2. Bapak Drs. Galuh Juniarto,SE,MM, selaku dosen pembimbing dan Ketua Program Studi Manajemen yang telah dengan sabar memberikan petunjuk serta bimbingan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Susetyo Darmanto, ST, SE, MM dan Bapak Drs. S. Wardana P, SE,MM, selaku dosen penguji skripsi ini.
4. Bapak/Ibu dosen yang telah mengasuh serta memberikan bekal ilmu, selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
5. Orang tua dan suami penulis yang selalu mendukung dan menemani dalam penyelesaian skripsi.
6. Konsumen kadonio yang merupakan responden dari penyelesaian skripsi ini.

7. Teman-teman satu geng yang selalu memberitahu dan memberikan masukan selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan. Semoga skripsi ini bermanfaat, secara teoritis dan praktis.

Semarang,

Penulis

( Vina Alfionita )

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERUNTUKAN DAN MOTTO.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	I-1
1.2 Rumusan Masalah.....	I-6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	I-6
1.4 Tujuan Penelitian.....	I-6
1.5 Manfaat Penelitian.....	I-7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Telaah Teori.....	II-1
2.1.1 Social Commerce.....	II-1
2.1.2 Artificial Intelligence (AI) Chatbot.....	II-6
2.1.3 Customer Satisfaction.....	II-10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	II-16
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis & Rumusan Hipotesis.....	II-19

## BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Populasi & Sampel.....	III-1
3.2 Variabel Penelitian & Pengukuran Variabel.....	III-2
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	III-8
3.4 Penguji Instrumen Penelitian.....	III-9
3.4.1 Uji Validitas.....	III-9
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	III-12
3.5 Deskripsi & Analisis Hasil Penelitian.....	III-13
1. Uji Normalitas.....	III-13
2. Uji Asumsi Klasik.....	III-14
3. Uji Kelayakan Model.....	III-15
4. Uji Hipotesis.....	III-16

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	IV-1
4.1.1 Deskripsi Responden.....	IV-1
4.1.2 Deskripsi Variabel.....	IV-2
4.2 Analisis Hasil Penelitian.....	IV-8
4.2.1 Analisis Regresi Berganda.....	IV-8
4.2.2 Uji Normalitas.....	IV-9
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	IV-10
4.2.4 Goodness Of Fit.....	IV-12
4.2.5 Pengujian Hipotesis.....	IV-13
4.3 Pembahasan.....	IV-15



BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan..... V-1

5.2 Saran.....V-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN