

DAFTAR PUSTAKA

- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado City. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Arlin, D. V., & Imantoro, J. (2021). Pengaruh Kewajaran Harga dan Perkembangan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion pada Dealer Lautan Teduh di Purbolinggo. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(2), 102–110. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i2.542>
- Arviollisa, P. A. D., Chan, A., & Nirmalasari, H. (2021). The Effect Of Artificial Intelligence (AI) On Customer Experience (Study Of Gojek User In Bandung, West Java). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(2), 115–124.
- Burhanudin, B., & Ertyanto, O. (2021). Atribut Produk Dalam Pembentukan Loyalitas Konsumen. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(2), 99–111. <https://doi.org/10.32500/jematech.v4i2.1476>
- Chaniago, D., & Akbar, M. (2020). Analisis Kemampuan Pengguna Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Dengan Metode Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Nasional Ilmu Komputer*, 1(2), 77–84. <https://doi.org/10.47747/jurnalnik.v1i2.154>
- Christian, I., Anene, J., Ewuzie, C., & Iloka, C. (2023). Influence Of Artificial Intelligence (AI) On Customer Experience And Loyalty: Mediating Role Of Personalization. *Shu Ju Cai Ji Yu Chu Li/Journal of Data Acquisition and Processing*, 38(June), 1936–1960. <https://doi.org/10.5281/zenodo.98549423>
- Damayanti, B. P., & Nurhadi. (2022). Pengaruh Customers Experience dan Customers Satisfaction terhadap Pembelian Ulang Produk Avoskin: Studi pada Followers Akun Autobase @ohmybeautybank. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journa*, 4(6), 1698–1714. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i6.1216>
- Dwi Wahyuni, C. R. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>

- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2018). Artificial Intelligence in Service. *Journal of Service Research*, 21(2), 155–172.
<https://doi.org/10.1177/1094670517752459>
- Kuncoro, A., Suroso, I., Hesty, R., Gunawan, I., Teknologi, I., & Semarang, B. (2021). Loyalitas konsumen: Relationship Marketing Herbalife Semarang. *JBE Jurnal Bingkai Ekonomi JBE*, 6(1), 72–83.
<http://itbsemarang.ac.id/jbe/index.php/jbe33>
- Kusdayanti, P. A., & Nugroho, R. H. (2023). The Effect of Brand Image and Celebrity Endorser on Purchase Intention Through Brand Trust as an Intervening Variable (Study on Scarlett Whitening Consumers in Surabaya) Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Brand Trust S. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64.
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Mogaji, E., Soetan, T. O., & Kieu, T. A. (2021). The implications of artificial intelligence on the digital marketing of financial services to vulnerable customers. *Australasian Marketing Journal*, 29(3), 235–242.
<https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.05.003>
- Nurjanah. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda. *Jurnal Mahasiswa*, 1, 117–128.
- Rachmawati, D. G., & Utami, C. W. (2021). Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Dengan Mediasi Customer Engagement Dan Customer Trust CV. Wahyu Pratama. *PERFORMA*, 5(5), 440–448.
<https://doi.org/10.37715/jp.v5i5.1821>
- Ramadhana, M. A., & Hussein, A. S. (2022). Pengaruh Penggunaan Artificial Intelligence Terhadap Customer Loyalty Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan ...*, 01(4), 522–531.
<https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/84%0Ahttps://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/download/84/63>
- Sari, A. W., Djan, I., Wartaka, M., & Sumardjono, S. (2023). Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Marketplace. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 5(3), 481. <https://doi.org/10.32493/jee.v5i3.2929>
- Setiawan, M. A. W., & Puspitadewi, N. W. S. (2022). Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan paa Nasabah PT “X” Cabang

- Pamolokan Sumenep. *Unesa Journal Repository*, 9(4), 96–107.
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Setyawan, A. R. T. (2022). Implementasi artificial intelligence marketing pada E-commerce : personalisasi konten rekomendasi serta dampaknya terhadap purchase intention. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5385–5392. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2039>
- Shinde, R., Chavan, P., & Ali, M. M. (2018). Assessing the Role of Customer Satisfaction in Attaining Customer Loyalty: a Study of Fast Food Restaurant in Kolhapur City. *Research Expo International Multidisciplinary Research Journal*, 93(8), 30–40. <https://www.researchgate.net/publication/329658943>
- Sofiani, M., Sulhaini, & Sagir, J. (2022). Pengaruh Online Shopping Experience Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Shopee Dengan Customer Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Magister Manajemen*, 11(2), 120–134. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i2.711>
- Sofiati, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 244–259. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1792>
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta. (Cetakan Ke). ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugysti, R., & Ayuni, R. F. (2017). Pengaruh Dimensi Customer Experience Terhadap Satisfaction Dan Customer Loyalty (Studi Pada Cokelat Klasik Cafe Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 5(2), 1–13.
- Suliyanto (2018). Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunarto. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. *Jurnal Moneter*, p-ISSN 2355-2700 e-ISSN 2550-0139, 1(1), 35–43.
- Susilawati, E., Prastiwi, E. H., & Kartika, Y. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, dan Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan Produk

Fashion Shopee. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.131>

Tamadesha, A. (2018). Pengaruh Customer Experience Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Starbucks Bandung. *Journal of Accounting and Business Studies*, 3(1), 18. www.topbrand-award.com

Violeta, L. G., & Farida, S. N. (2023). Pengaruh Brand Image dan Customer Experience Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening terhadap Customer Loyalty pada McDonald ' s Rungkut di Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 673–685. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.457>

Wardaya, E. P. (2017). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Dan Customer Trust Pada Pelanggan Bengkel Auto 2000 Di Surabaya. *Petra Business & Management Review*, 3(1), 27–45.

Willy, W. (2018). Analisis Fashion Brand Terhadap Perilaku Konsumen Wanita Pengguna Sosial Media Di Surabaya Barat. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(1), 130.