

DAFTAR PUSTAKA

- Adhe, M., Efendy, S., Meiriyanti, R., & Setiawati, I. (2024). *Apakah kepuasan pelanggan dapat memediasi pelanggan pada produk skin care wardah*. 7(2), 637–647.
- Aditya Nirwana, Sudarmiatin, & Melany. (2023). Implementation of Artificial Intelligence in Digital Marketing Development: a Thematic Review and Practical Exploration. *Jurnal Manajemen Bisnis, Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 85–112. <https://doi.org/10.55927/jambak.v2i1.4034>
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*. 2022, 2(2), 1–6.
- Berlianti, D. F., Abid, A. Al, & Ruby, A. C. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 1861–1864.
- Cota, M. P., Thomaschewski, J., Schrepp, M., & Gonçalves, R. (2014). Efficient measurement of the user experience. A Portuguese version. *Procedia Computer Science*, 27(34), 491–498. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2014.02.053>
- Febrianti, I. N., & Keni, K. (2021). Pengaruh Experiential Marketing dan Service Quality terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 56. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10400>
- Guo, F. (2012). More Than *Usability*: The Four Elements of User Experience, Part I. Retrieved Maret 20, 2022, from UXmatters: <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/04/more-than-usability-the-four-elements-ofuser-experience-part-i.php>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- 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>
- Kreis, A., Fragner, D., & Hirz, M. (2023). User Experience in Modern Cars – Definition, Relevance and Challenges of Digital Automotive Applications. *Usability and User Experience*, 110(January). <https://doi.org/10.54941/ahfe1003172>
- Kumara Anggita Raras Ayaning. (2025, Februari 25) Wardah Colourverse 2025 Hadirkan Beauty AI Personal Color, seru deh! <https://www.idntimes.com/life/women/wardah-colourverse-2025-hadirkan->

beauty-ai-personal-colour-00-98756-9p1b20#goog_rewarded

- Kurniawan, F. E., & Aruan, N. L. (2021). Digitalisasi Dan Pola Kerja Baru: Dampak Bagi Industrialisasi Dan Respons Kebijakan Ketenagakerjaan. *Jurnal Sosioteknologi*, 20(3), 395–409. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2021.20.3.11>
- Maihani, S., Syalaisha, S. N., Yusrawati, Y., T.M.Nur, T. M. N., Ria, D., Kumita, K., & Zaki, S. A. (2023). Peran Kecerdasan Buatan Artificial Intelligence (Ai) Dalam Inovasi Pemasaran. *Warta Dharmawangsa*, 17(4), 1651–1661. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i4.3817>
- Nasional, U. P., Chatbot, A. I., Pelanggan, K., & Pelanggan, L. (2024). *STRATEGI E-COMMERCE ERA MODERN: USER EXPERIENCE DAN AI CHATBOT SEBAGAI FAKTOR LOYALITAS PELANGGAN GEN Z*. 18(1), 1010–1026.
- Ph.D. Ummul Aiman, S. P. D. K. A. S. H. M. A. Ciq. M. J. M. P., Suryadin Hasda, M. P. Z. F., M.Kes. Masita, M. P. I. N. T. S. K., & M.Pd. Meilida Eka Sari, M. P. M. K. N. A. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Putu, I., Dwinata, W., & Pambudi, Y. J. (2023). Penggunaan Teknologi Artificial Intelligence Dalam Pemilihan Produk Kecantikan Oleh Konsumen Wanita. *E-Jurnal Manajemen*, 12(7), 733–752. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2023.v12.i07.p05>
- Rufliansah, F. F., & Daryanto Seno, A. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi. *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*, 35(2), 1–10.
- Sandjaja, S. D. (2004). InterKomunika Teori Komunikasi. *InterKomunika*, 1, 61.
- Sandra, R., & Zebua, Y. (2023). *FENOMENA ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) (Efitra, Ed.; 1st ed.)* (Issue June). <https://www.researchgate.net/publication/371491224>
- Sekar Arum, L., Amira Zahrani, & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Sendjaja, S. D. (2004). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka
- Septrianti, Annisa ; Miftahuddin, A. (2024). *ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI): PELUANG DAN TANTANGAN DALAM*. December.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung
- Ulang, B., Netflix, A., Muara, J., No, M., & Kelua, G. (2023). *PENGARUH USER INTERFACE (UI) DAN USER EXPERIENCE (UX) TERHADAP MINAT BELI ULANG AKUN NETFLIX*. 2(4), 1645–1658.
- Ummah, M. S. (2019). ANALISIS USER EXPERIENCE SEBAGAI KERANGKA ACUAN UNTUK MENGUKUR KEPUASAN PENGGUNA PADA APLIKASI MOBILE WHATSAPP (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PTI FTK UIN AR- RANIRY BANDA ACEH). *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SYSTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wardhana, A. (2012). *Consumer Statification In The Digital Edge (Edisi Indonesia)* (Issue October).
- Wibowo, E. P. E., & Prapanca, A. (2018). *Analisis User Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Mubeat*. 10(2), 596–602.
- Wiwesa, N. R. (2021). User Interface Dan User Experience Untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 17–31. <https://scholarhub.ui.ac.id/jsht/vol3/iss2/2>