

**"PENGARUH *ARTIFICIAL INTELLIGENCE, PERSONALIZED MARKETING, DAN CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA *SPOTIFY WRAPPED*"**

(Survei pada Mahasiswa Generasi Z di Yogyakarta)"

**ANGELINA SINABARIBA**

**141220073**

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

[141220073@student.upnyk.ac.id](mailto:141220073@student.upnyk.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Artificial Intelligence, Personalized Marketing, dan Customer Experience* terhadap *Customer Loyalty* pada pengguna *Spotify Wrapped* dengan survei pada mahasiswa Generasi Z di Yogyakarta. Populasi penelitian adalah mahasiswa Generasi Z di Yogyakarta yang merupakan pengguna aktif *Spotify* dan pernah mengakses *Spotify Wrapped*. Data primer diperoleh melalui kuesioner kepada 100 responden dengan teknik *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan **regresi linier** berganda dengan bantuan SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence, Personalized Marketing, dan Customer Experience* secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,525 menunjukkan bahwa 52,5% variasi *Customer Loyalty* dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

**Kata kunci:** *Artificial Intelligence, Personalized Marketing, Customer Experience, Customer Loyalty, Spotify Wrapped*