

DAFTAR PUSTAKA

- Alghaniy, A. M. (2024). Pengaruh Teknologi Artificial Intelligence Pada Layanan Chatbot Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bandung Raya, Indonesia. *International Journal Administration, Business & Organization*, 5(1), 48–55. <https://doi.org/10.61242/ijabo.24.337>
- Andriani, D. P., Hamdala, I., Swara, S. E., & Fadli, H. (2020). *Perancangan Business Digital Platform dalam Mendukung Keberlanjutan IKM dengan Pendekatan Quality Function Deployment*. 6869. <https://doi.org/10.23917/jiti.v18i1.7027>
- Anindyati, L. (2023). Analisis dan Perancangan Aplikasi Chatbot Menggunakan Framework Rasa dan Sistem Informasi Pemeliharaan Aplikasi (Studi Kasus: Chatbot Penerimaan Mahasiswa Baru Politeknik Astra). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 10(2), 291–300. <https://doi.org/10.25126/jtiik.20231026409>
- Ardian, D., Raynada, S., Studi, P., Komunikasi, I., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2024). *SKRIPSI PENGARUH CHATBOT “CHOKI ” TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE*.
- Bagus, I., Udayana, N., & Lukitaningsih, A. (2022). *Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan*. 19(02), 226–233.
- Carolina, T. (2021). *PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY SISTEM PEMBAYARAN*.
- Christanto, H. J., Sutresno, S. A., & Karolen, J. (2024). Ingénierie des Systèmes d' Information Evaluating User Satisfaction of IT Services Through Service Quality Approach. *Evaluating User Satisfaction of IT Services Through Service Quality Approach*, 29(2), 637–648.
- Customer, A., In, S., Shopee, U., Services, C., The, U., & Method, U. (2024). *ANALISA KEPUASAN CUSTOMER DALAM PENGGUNAAN*. 38–47.
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness Perceived Ease of Use, and User. *MIA Quarterly*. *MIA Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Haryadi, S. R. D. T. H. (2024). *Pengaruh Usability dan Responsiveness Chatbot terhadap Kepuasan Pelanggan: Analisis Mahasiswa Bisnis Digital Universitas Negeri Medan dalam Konteks Penggunaan E-Commerce*. 5245. <https://journal-nusantara.com/index.php/EKOMA/article/view/5245>

- Hendrawati. (2021). Hubungan Tingkat Pengetahuan Masyarakat tentang Manajemen Stres dengan Perilaku Masyarakat dalam Manajemen Stres. Sumber. *Jurnal Akuntansi*, 11, 14–63.
- Hidayat, R. S. (2024). *Manajemen Pemasaran*.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Landasan Teori, Kerangka Pemikiran, Penelitian Terdahulu, & Hipotesis* (Issue July).
- Imam Wahjono, S. (2022). Struktur Organisasi Di Shopee. *ResearchGate*, June. <https://www.researchgate.net/publication/361499128>
- Istianah, E., & Yustanti, W. (2022). *Analisis Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Jenius dengan Menggunakan Metode EUCS (End-User Computing Satisfaction) berdasarkan Perspektif Pengguna*. 03(04), 36–44.
- Johannes, & Widdy, F. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna LPSE. *Jurnal Digest Marketing*, 3(1), 59–66.
- Lestara Permana, G. P., & Cindya Rosiana, P. M. (2022). Pengaruh Tingkat Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Tingkat Pengetahuan Akuntansi, Dan Computer Self Efficacy Pada Penerimaan Aplikasi Myob Pada Siswa Smk Akuntansi Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 89–105. <https://doi.org/10.38043/jiab.v7i1.3464>
- Lu et al. (2021). *dampak chatbot terhadap keterlibatan merek, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pengguna dalam e-commerce*.
- Mahalli, F., Shiddieq, D. F., & Nurhayati, D. (2023). *Peran Responsiveness dan Usability Artificial Intelligent Chatbot Shopee terhadap Customer Satisfaction*. September.
- Mia Syafrina, I. P. P. (2023). *Analisis pengaruh e-recovery service quality dan customer experience pada chatbot terhadap kepuasan konsumen*. 9(2), 37–47.
- Michael, K., & Miller, T. (2013). Journal of Business Research. *Big Data: New Opportunities and New Challenges*, 66(2), 301–309.
- Nattino, G., Pennell, M. L., & Lemeshow, S. (2020). *Assessing the goodness of fit of logistic regression models in large samples: A modification of the Hosmer-Lemeshow test*. December 2018, 549–560. <https://doi.org/10.1111/biom.13249>
- Naufal, M. F., Utomo, R. G., & Achmad, K. A. (2023). User Satisfaction Analysis of E-Samsat SUMUT Application Using End User Computing Satisfaction (EUCS) Approach. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*,

12(1), 117–123. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i1.1586>

- Ningrum, W. L., & Gibran, N. H. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Pieces Terhadap Aplikasi E-Commerce (Shopee). *Eksplorasi Teknologi Enterprise Dan Sistem Informasi (EKSTENSI)*, 1(3), 103–113. <https://doi.org/10.59039/ekstensi.v1i3.13>
- Nugraha, D., Putra, G., & Raharjo, S. T. (2021). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Permatasari, D., Yogapratama, F., Kurniafitra, I. I., & Islamiah, W. (2022). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Umkm Batik Di Kelurahan Gedog Kota Blitar. *Journal Pengabdian Masyarakat*, 2, 60–72.
- Ramadhani, D. R., Birawa, M. S., & Sholikhah, D. S. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Berbasis Chatbot Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Transaksi Online Dengan Objek Aplikasi Shopee Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas. 1, 104–115.
- Rizki, A. M. (2015). Advertising as A Marketing Communication. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 2(5), 36. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v2i5.65>
- Robby Lianto, E. T. D. F. B. A. T. A. P. (2024). Peran chatbot artificial Intelligence dalam membentuk kepuasan pelanggan. *Technologia: Jurnal Ilmiah*, 15(1), 20. <https://doi.org/10.31602/tji.v15i1.13220>
- Rosmeli, R., Ekasari, N., Wiralestari, W., Saparuddin, S., Fathiyah, F., & Alvaro, R. (2024). Determinan Perilaku Belanja Online di Kota Jambi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 788. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1766>
- Saputra, F. H., & Sutarso, Y. (2024). Factors influencing satisfaction and intention to use Chatbot on purchase intention on E-Commerce Shopee. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.31602/atd.v8i1.12652>
- Sari, Y. N. (2024). Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis Penggunaan Chatbots dalam Meningkatkan Pengalaman Pelanggan pada Situs E-commerce. *Jurnal Serambi Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 327–333. <https://ojs.serambimekkah.ac.id/serambi-ekonomi-dan-bisnis/> 327
- Sarra, F. S. (2023). Initial Chatbot Trust Menggunakan Teori Utaut Terhadap Perceived Ease Of Use. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*

(JEKOMBIS), 2(2), 63–77.

Sihite, P. I., Simorangkir, A., Noor, N., Sari, K., & Pranatawijaya, V. H. (2024). *PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN DAN INTEGRASI CHATBOT CUSTOM CHATGPT DENGAN CHATBASE DALAM MENINGKATKAN PENGALAMAN PENGGUNA DAN KEPUASAN PENGGUNA DALAM WEBSITE E-COMMERCE*. 8(3), 3532–3536.

Subari, F. A., Gunawan, T., & Hermawan, D. (2024). *Pengalaman Pelanggan dalam Menggunakan Asisten Virtual Chatbot: Komparasi Aplikasi E-Commerce Indonesia*. 07(01), 43–52.

Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Eureka Media Aksara, November 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah*, 212.

Tan, P. K., & Lim, C. M. (2023). Factors That Affect User Satisfaction of Using E-Commerce Chatbot: A Study on Generation Z. *International Journal of Business and Technology Management*, 5(1), 292–303. <https://doi.org/10.55057/ijbtm.2023.5.1.23>

Viera Valencia, L. F., & Garcia Giraldo, D. (2021). Pengertian Kemudahan Penggunaan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2, 11–26.