

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Vads.co.id. (2020). 4 Keunggulan Teknologi *Chatbot* untuk Meningkatkan Bisnis. [Online]. Retrieved December 2022, from Vads.co.id: <https://www.vads.co.id/berita/4-keunggulan-teknologi-chatbot-untuk-meningkatkan-bisnis/>
- [2] Abdi Sudiatmika, I. P. G., & Ariantini, M. S. (2020). *Digital Marketing Chatbot Using API Dialog Flow Case Studi ITB Stikom Bali, Jimbaran Campus*.
- [3] Kotane, I., Znotina, D., & Hushko, S. (2019). Assessment of trends in the application of *digital marketing*. *Scientific Journal of Polonia University*, 33(2), 28-35.
- [4] Nair, K., & Gupta, R. (2021). Application of AI technology in modern *digital marketing* environment. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(3), 318-328.
- [5] Almeida, F. M., Santos, J. L., Santos, L. A., & Coelho, W. M. (2019). *Chatbot* technology in marketing: a systematic review. *International Journal of Web Information Systems*, 15(2), 158-186.
- [6] Amalia, A., & Suprayogi, M. S. (2019). Social Media *Chatbots* for Collaborated Engagement Marketing. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 7(1), 33-42.
- [7] Pratiwi, A. M., & Rohman, A. (2023). Penerapan Strategi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Omset Dengan Pendekatan Analisis Swot Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 881-898.
- [8] Sidik, R., & Hasugian, L. P. (2016). IT/IS Strategy dan E-Strategy: Kajian dalam Ruang lingkup Perusahaan. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 6(2).

- [9] Kristinawati, D., & Tjakraatmadja, J. H. (2018). Bagaimana Kapabilitas Dinamis dan Manajemen Pengetahuan berpengaruh kepada Kinerja Perusahaan?: Sebuah Bangunan Model Konseptual. *Jurnal Matrik: Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(2), 99-109.
- [10] Rangkuti, F. (1998). Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. Gramedia Pustaka Utama.
- [11] Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. London: Pearson.
- [12] Pangaribuan, I., & Putri, I. (2019, October). Digital Marketing for New Media Business Development. In *Proceedings of the 1st International Conference on Informatics, Engineering, Science and Technology, INCITEST 2019, 18 July 2019, Bandung, Indonesia*.
- [13] Tarigan, J., & Sanjaya, R. (2013). *Creative digital marketing*. Elex Media Komputindo.
- [14] Chaffey, D., & Allen, R. (2015). *Managing digital marketing in 2015. Techonlogy For Marketing & Advertising*.
- [15] Reshmi, S., & Balakrishnan, K. (2016). Implementation of an inquisitive *chatbot* for database supported knowledge bases. *sādhanā*, 41, 1173-1178.
- [16] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta (Bandung: Alfabeta, 2018
- [17] Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (CV Jejak, 2018).
- [18] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2015).
- [19] R A Fadhallah, "Wawancara. Jakarta" (UNJ Press, 2020).

- [20] RUKMANA, Arief Yanto. BAB 3 TEKNOLOGI DIGITAL. *Digital Marketing Dan E-Commerce*, 2023, 27.
- [21] ERWIN, Erwin, et al. *DIGITAL MARKETING: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- [22] RACHBINI, Widarto, et al. *Pengenalan Chatgpt Tips Dan Trik Bagi Pemula*. Cv. Aa. Rizky, 2023.
- [23] SANTOSO, Joseph Teguh. ANALISIS MEDIA SOSIAL Dengan Memakai AI (Artificial Intelligence). *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 2020, 1-66.
- [24] RUMONDANG, Astri; SUDIRMAN, Acai; SITORUS, Samsider. *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. 2020.
- [25] SANTOSO, Joseph Teguh; KOM, S.; KOM, M. *Analisis Media Sosial*.
- [26] MELINDA, Melinda. *PEMANFAATAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE CHATBOT TARRA (TOYOTA INTERACTIVE VIRTUAL ASSISTANT) DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI AGUNG TOYOTA PANGKALAN KERINCI*. 2022. PhD Thesis. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- [27] KOMALASARI, Dewi; PEBRIANGGARA, Alshaf; OETARJO, Mas. *Buku Ajar Digital Marketing*. Umsida Press, 2021, 1-83.
- [28] SUPRASTAYASA, I. Gusti Ngurah Agung; INDRAYANI, I. Gusti Ayu Putu Wita. *Inovasi Dalam Hospitality*.
- [29] FAHRURROZI, Muh; SE, M. M. *ENTREPRENEURSHIP & DIGITALISASI: Mengembangkan Bisnis di Era 5.0*. Universitas Hamzanwadi Press, 2023.

- [30] SEKALI, Abednego Suranta Karo. *DIGITAL MARKETING* PRODUK AGRIBISNIS UNTUK PETANI DAN PEMASOK INPUT PERTANIAN. *PUBLISH BUKU UNPRI PRESS ISBN*, 2023, 1.1: 1-93.
- [31] NUGRAHA, Adhinda Trigha. *Aplikasi pemesanan travel menggunakan Chatbot dengan Machine Learning*. 2020. PhD Thesis. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- [32] PANGKEY, Franycia Maria; FURKAN, Lalu M.; HERMAN, Lalu Edy. Pengaruh artificial intelligence dan *digital marketing* terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Magister Manajemen Unram Vol*, 2019, 8.3: 21-25.
- [33] SANDOPART, Dewa Putu Yohanes Agata L., et al. ANALISIS EFISIENSI BIAYA PRODUKSI PADA KEGIATAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR DENGAN TEKNOLOGI ARTIFICIAL INTELLIGENCE. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2023, 3.1: 25-37.
- [34] SARI, Evi Aprilia. Peran Pustakawan Ai (Artificial Intelligent) Sebagai Strategi Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi Di Era Revolusi 4.0. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 2019, 3.1: 64-73.
- [35] BARIŞ, A. (2020). A new business marketing tool: *chatbot*. *GSI Journals Serie B: Advancements in Business and Economics*, 3(1), 31-46.
- [36] Vrublevskaia, O. (2021). Effectiveness and universality of artificial intelligence implementation in modern marketing: media and cosmetics industry.
- [37] Christyawan, D., & Mathori, M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Whatsapp Messenger terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Mahasiswa STIE Widya Wiwaha Yogyakarta) (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).
- [38] Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2017). Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications. Cengage Learning.

[39] Goldfarb, A., & Tucker, C. (2011). Online display advertising: Targeting and obtrusiveness. *Marketing Science*, 30(3), 389-404

[40] Ben-Shabat, N., Sharvit, G., Meimis, B., Joya, D. B., Sloma, A., Kiderman, D., ... & Amital, H. (2022). Assessing data gathering of chatbot based symptom checkers-a clinical vignettes study. *International Journal of Medical Informatics*, 168, 104897.