

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh fitur AI (*Artificial Intelligence*) dan Asisten Virtual Bixby terhadap kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan dalam ekosistem Samsung di Indonesia. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi AI dan asisten virtual, pemahaman mengenai dampaknya terhadap persepsi dan retensi pelanggan menjadi krusial. Studi ini secara spesifik bertujuan untuk menganalisis pengaruh langsung fitur AI dan Asisten Virtual Bixby terhadap kepuasan pelanggan, dampak kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, serta peran mediasi kepuasan pelanggan dalam hubungan antara fitur AI/Asisten Virtual Bixby dengan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga membandingkan perbedaan pengaruh antara fitur AI dan Asisten Virtual Bixby terhadap kepuasan pelanggan. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan studi kasus pada ekosistem Samsung di Indonesia, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi strategis bagi Samsung Indonesia dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui optimalisasi fitur AI dan Asisten Virtual Bixby.

Kata Kunci: Fitur AI, Asisten Virtual Bixby, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Ekosistem Samsung.