

Analisis Pengaruh Artificial Intelligence terhadap Pengambilan Keputusan Ekonomi UMKM Ditinjau dari Aspek Psikologi Kognitif

¹Essy Malays Sari Sakti, ²Febi Herdajani, ³Tatiyani Penulis, ⁴Yan Irianis

¹Informatika, Universitas Persada Indonesia YAI, Jakarta

^{2,3}Psikologi, Universitas Persada Indonesia YAI, Jakarta

⁴Akuntansi, Universitas Persada Indonesia YAI, Jakarta

E-mail: 1essy.malays@upi-yai.ac.id, 2febi.herdajani@upi-yai.ac.id, 3tatiyani@upi-yai.ac.id, 4yan.irianis@upi-yai.ac.id,

ABSTRAK

Transformasi digital mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengadopsi teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam pengambilan keputusan ekonomi. Namun demikian, efektivitas pemanfaatan AI tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis, tetapi juga oleh faktor psikologis pengguna, khususnya psikologi kognitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Artificial Intelligence terhadap pengambilan keputusan ekonomi UMKM dengan psikologi kognitif sebagai variabel mediasi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei terhadap pelaku UMKM yang telah menggunakan teknologi AI dalam kegiatan usahanya. Data dianalisis menggunakan analisis regresi dan uji mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Artificial Intelligence berpengaruh positif dan signifikan terhadap psikologi kognitif pelaku UMKM, serta berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan ekonomi. Selain itu, psikologi kognitif terbukti memediasi pengaruh Artificial Intelligence terhadap pengambilan keputusan ekonomi UMKM. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan model pengambilan keputusan ekonomi berbasis teknologi dan psikologi kognitif pada UMKM.

Kata kunci : *Artificial Intelligence, Psikologi Kognitif, Pengambilan Keputusan Ekonomi, UMKM.*

ABSTRACT

Digital transformation encourages Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to adopt Artificial Intelligence (AI) technology in economic decision-making. However, the effectiveness of AI utilization is determined not only by technical aspects but also by user psychological factors, particularly cognitive psychology. This study aims to analyze the influence of Artificial Intelligence on MSMEs' economic decision-making, with cognitive psychology as a mediating variable. The research method used is a quantitative approach with a survey technique on MSMEs who have used AI technology in their business activities. Data were analyzed using regression analysis and mediation tests. The results show that Artificial Intelligence has a positive and significant effect on the cognitive psychology of MSMEs, as well as a significant influence on economic decision-making. In addition, cognitive psychology is proven to mediate the influence of Artificial Intelligence on MSMEs' economic decision-making. This study contributes to the development of technology-based economic decision-making models and cognitive psychology in MSMEs.

Keyword : *Artificial Intelligence, Cognitive Psychology, Economic Decision Making, MSMEs.*

1. PENDAHULUAN

UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan pendorong pertumbuhan ekonomi Nasional terbesar dan memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional terutama dalam penciptaan lapangan pekerjaan serta peningkatan kesejahteraan masyarakat (Essy Malays Sari Sakti & Susi Wagiyati P, 2023). Sejalan dengan perkembangan teknologi digital, UMKM dituntut untuk menjadi lebih efisien dan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan ekonomi. Teknologi yang saat ini sedang berkembang dan banyak diadopsi adalah Artificial Intelligence.

Artificial Intelligence (AI) telah membawa perubahan signifikan dalam interaksi manusia ((Pramana et al., 2025) antara lain dalam sektor ekonomi, termasuk pada skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). AI dapat berfungsi sebagai alat otomatisasi proses bisnis, optimalisasi strategi pemasaran dan personalisasi pelanggan (Abdi & Robby Lianto, 2025). Dengan Artificial Intelligence memungkinkan pelaku UMKM memperoleh rekomendasi berbasis data, prediksi pasar. Namun, pemanfaatan AI tidak selalu berjalan optimal karena keterbatasan kemampuan kognitif, persepsi, dan kepercayaan pengguna terhadap teknologi. Dalam kajian ini, psikologi kognitif menjadi aspek penting yang memengaruhi cara pelaku UMKM memproses informasi yang dihasilkan oleh sistem AI.

Sejumlah penelitian nasional menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, termasuk AI, mampu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan ekonomi pelaku UMKM, khususnya dalam aspek perencanaan usaha, pemasaran, dan pengelolaan keuangan (Agfahmi Dinata & Muhammad Irwan Padli Nasution, 2024). Dan temuan dalam penelitian (Baby Suchita et al., 2025) menegaskan bahwa perusahaan

yang mengutamakan keberlanjutan akan mendorong untuk mengadopsi AI. Namun demikian, keberhasilan implementasi AI tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh faktor psikologis dan kognitif pengguna.

Dalam perspektif psikologi kognitif, pengambilan keputusan dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam memproses informasi, memahami alternatif, serta menilai risiko dan manfaat. Selain itu Psikologi kognitif berkaitan dengan proses mental seperti perhatian, persepsi, memori, dan pengambilan keputusan (Ramadanti et al., 2022). Beban kognitif yang tinggi atau rendahnya kepercayaan terhadap teknologi dapat memengaruhi kualitas keputusan ekonomi yang diambil seperti investasi (Amalia & Krisnawati, 2024).

Pada penelitian sebelumnya di jurnal nasional lebih banyak menyoroti pengaruh digitalisasi terhadap kinerja UMKM secara umum, namun kajian yang mengintegrasikan AI, psikologi kognitif, dan pengambilan keputusan ekonomi masih relatif terbatas (Judijanto, 2025). Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengisi celah kajian tersebut dengan menganalisis peran psikologi kognitif sebagai variabel mediasi.

2. LANDASAN TEORI

Artificial Intelligence

Pengertian *artificial intelligence* adalah teknologi komputasi dengan pembelajaran mesin yang mampu berfikir layaknya manusia dalam mengambil keputusan dari suatu masalah (Ahmad, 2024). Selain itu *artificial intelligence* merupakan teknologi yang memungkinkan sistem komputer melakukan analisis dan pengambilan keputusan berbasis data secara otomatis (Indah, 2023) (Lubis & Nasution, 2024) (Adelia Khirani Lubis & Muhammad Irwan Padli Nasution, 2024). Dalam dunia bisnis yang berkembang saat

ini menurut (Putra et al., 2024) dalam penelitiannya menuliskan bahwa pemanfaatan AI berpengaruh positif dalam mengambil keputusan.

Psikologi Kognitif

Psikologi kognitif berkaitan dengan proses mental individu dalam menerima, mengolah, dan menggunakan informasi. Dalam penggunaan teknologi, aspek kognitif seperti persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan menjadi faktor penting dalam penerimaan sistem digital (Matheos et al., 2025), selain itu beban kognitif yang rendah meningkatkan efektivitas penggunaan sistem informasi.

Pengambilan Keputusan Ekonomi

Pengambilan keputusan ekonomi merupakan proses menentukan alternatif terbaik dalam mengelola sumber daya usaha. Dalam UMKM, keputusan ekonomi sangat dipengaruhi oleh kualitas informasi dan kemampuan pelaku usaha dalam memproses informasi tersebut (Lubis & Nasution, 2024). Pendekatan psikologi ekonomi menegaskan bahwa faktor kognitif memengaruhi perilaku ekonomi pelaku UMKM.

Pengertian Uji Regresi

Uji regresi merupakan metode analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan kausal dan besarnya pengaruh antara satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi tidak hanya menunjukkan ada atau tidaknya pengaruh, tetapi juga mengukur arah pengaruh (positif atau negatif) serta tingkat kekuatan pengaruh yang ditunjukkan melalui nilai koefisien regresi.

Dalam penelitian kuantitatif, regresi linear digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan perubahan pada variabel independen. Apabila penelitian melibatkan satu variabel bebas,

maka digunakan regresi linear sederhana, sedangkan apabila melibatkan lebih dari satu variabel bebas, digunakan regresi linear berganda. Uji regresi umumnya disertai dengan pengujian signifikansi melalui nilai t-statistic, p-value, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

Pengertian Uji Mediasi

Uji mediasi merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dipengaruhi atau dijembatani oleh variabel lain, yang disebut sebagai variabel mediator atau variabel intervening. Uji ini bertujuan untuk memahami mekanisme atau proses bagaimana suatu pengaruh terjadi, bukan sekadar melihat hubungan langsung antarvariabel.

Dalam uji mediasi, variabel mediator berfungsi sebagai perantara yang menyalurkan sebagian atau seluruh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3. METODOLOGI

Metodologi merupakan sistematika cara kerja atau teknik informasi dari sumber data untuk mencapai tujuan (Essy Malays Sari Sakti & Harry Rendra, n.d.). Pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan instrumen penelitian berupa kuesioner yang digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel *Artificial Intelligence*, Psikologi Kognitif, dan Pengambilan Keputusan Ekonomi UMKM. Setiap pernyataan diukur menggunakan skala Likert 1–5. Penggunaan skala Likert 1–5 dipilih karena efektif dalam mengukur persepsi dan sikap responden secara kuantitatif.

Penggunaan skala linkert tersebut disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Skala Linkert

Skala	Point
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Selain itu penggunaan skala Likert 1–5 dianggap sesuai untuk mengukur persepsi dan sikap responden terhadap teknologi digital.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi dan uji mediasi untuk menguji hubungan antarvariabel. Metode regresi menurut Harsiti et al., (2022) dalam (Essy Malays Sari Sakti & Harry Rendra, n.d.) merupakan metode statistik yang digunakan untuk melihat hubungan antar satu variabel bebas dan variabel terikat.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Artificial Intelligence (X) dan variabel terikat adalah Pengambilan Keputusan Ekonomi UMKM (Y) sementara itu Psikologi Kognitif (M) sebagai variabel intervening. Menurut Ghazali, 2006 dalam (Hayati & Saputra, 2023), variabel intervening adalah variabel yang secara teori memengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, tetapi tidak bisa diamati dan diukur.

Sedangkan uji mediasi merupakan penggunaan analisis regresi sebagai teknik untuk mengevaluasi hubungan kausalitas antara variabel-variabel yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan pada teori sebelumnya.

Adapun kuesioner variabel Artificial Intelligence (X), variabel Psikologi Kognitif (M) dan Variabel Pengambilan Keputusan Ekonomi UMKM (Y) disajikan pada tabel 2.

Tabel. 2 Kuesioner Penelitian

Kode	Pernyataan
Kuesioner Variabel Artificial Intelligence (X)	
AI1	AI membantu saya menganalisis data usaha dengan lebih cepat
AI2	Rekomendasi yang dihasilkan AI mudah dipahami
AI3	AI membantu meningkatkan akurasi pengambilan keputusan usaha
AI4	Penggunaan AI mempermudah proses pengelolaan usaha
AI5	Teknologi AI yang saya gunakan sesuai dengan kebutuhan usaha
Kuesioner Variabel Psikologi Kognitif (M)	
PK1	Informasi dari AI mudah saya pahami
PK2	Penggunaan AI tidak membebani kemampuan berpikir saya
PK3	Saya percaya pada hasil analisis yang diberikan oleh AI
PK4	AI membantu saya fokus dalam mengambil keputusan usaha
PK5	Saya merasa yakin saat mengambil keputusan dengan bantuan AI
Kuesioner Variabel Pengambilan Keputusan Ekonomi UMKM (Y)	
KE1	AI membantu saya menentukan harga produk secara tepat
KE2	AI membantu pengambilan keputusan terkait produksi
KE3	AI membantu menentukan strategi pemasaran usaha
KE4	Keputusan usaha yang saya ambil menjadi lebih efisien
KE5	Penggunaan AI berdampak positif terhadap pendapatan usaha

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala linkert melalui googleform kepada 100 pelaku UMKM. Sebelum masuk pada pertanyaan terlebih dari data dikumpulkan untuk mengetahui karakteristik dari pelaku UMKM.

Hasil pengumpulan data memperlihatkan bahwa karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM berada pada usia produktif dan telah menjalankan usaha lebih dari tiga tahun, sehingga dianggap memiliki pengalaman yang cukup dalam pengambilan keputusan ekonomi. Disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jml	(%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	46	46%
	Perempuan	54	54%
Usia	< 25 tahun	18	18%
	25–35 tahun	42	42%
	36–45 tahun	27	27%
	> 45 tahun	13	13%
Lama Usaha	< 3 tahun	29	29%
	3–5 tahun	41	41%
	> 5 tahun	30	30%
Jenis Usaha	Perdagangan	45	45%
	Jasa	32	32%
	Produksi	23	23%

Uji Validitas

Validitas adalah alat ukur yang menggambarkan apa yang akan diukur dan uji Validitas mengacu pada aspek ketepatan dan kecermatan hasil pengukuran (Hendryadi, 2021).

Uji validitas dilakukan menggunakan Corrected Item–Total Correlation dengan nilai r -tabel = 0,196 ($n = 100$; $\alpha = 0,05$). Instrumen dinyatakan valid apabila r -hitung > r -tabel.

Tabel 4. Uji Validitas Instrumen

Variabel Artificial Intelligence (X)			
Kode	r-hitung	r-tabel	Ket
AI1	0,612	0,196	Valid
AI2	0,645	0,196	Valid
AI3	0,701	0,196	Valid
AI4	0,668	0,196	Valid
AI5	0,623	0,196	Valid
Variabel Psikologi Kognitif (M)			
PK1	0,655	0,196	Valid
PK2	0,672	0,196	Valid
PK3	0,719	0,196	Valid
PK4	0,684	0,196	Valid
PK5	0,702	0,196	Valid
Pengambilan Keputusan Ekonomi (Y)			
KE1	0,698	0,196	Valid
KE2	0,721	0,196	Valid
KE3	0,734	0,196	Valid
KE4	0,689	0,196	Valid
KE5	0,715	0,196	Valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah prosedur untuk mengetahui tingkat konsistensi

internal instrumen penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan Cronbach's Alpha dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,70, selain itu suatu indikator dinyatakan reliabel apabila nilai Corrected Item–Total Correlation (CITC) > 0,30 dan nilai Cronbach's Alpha if Item Deleted tidak lebih tinggi secara signifikan dari Cronbach's Alpha total variabel.

Total indikator yang diuji dalam penelitian ini berjumlah 15 indikator, yang terdiri dari: 5 indikator Artificial Intelligence (X), 5 indikator Psikologi Kognitif (M) dan 5 indikator Pengambilan Keputusan Ekonomi (Y)

Hasil uji reliabilitas terlihat bahwa seluruh variabel memiliki Cronbach's Alpha > 0,80 dan dari seluruh indikator memiliki Corrected Item–Total Correlation > 0,30. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis lanjutan seperti uji regresi dan uji mediasi. Adapun hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel 5.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Instrumen

Indikator	Corrected ItemTotal Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Ket
Variabel Artificial Intelligence (X)			
AI1	0,612	0,816	Reliabel
AI2	0,654	0,808	Reliabel
AI3	0,589	0,821	Reliabel
AI4	0,671	0,804	Reliabel
AI5	0,633	0,812	Reliabel
Variabel Psikologi Kognitif (M)			
PK1	0,648	0,842	Reliabel
PK2	0,692	0,833	Reliabel
PK3	0,671	0,837	Reliabel
PK4	0,714	0,829	Reliabel
PK5	0,659	0,840	Reliabel
Variabel Pengambilan Keputusan Ekonomi (Y)			
KE1	0,701	0,854	Reliabel
KE2	0,728	0,848	Reliabel
KE3	0,684	0,859	Reliabel
KE4	0,746	0,845	Reliabel
KE5	0,719	0,851	Reliabel

Uji Regresi

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis regresi untuk menguji hubungan kausal antara Artificial Intelligence (X), Psikologi Kognitif (M) sebagai variabel intervening, dan Pengambilan Keputusan Ekonomi UMKM (Y).

a. Pengaruh Artificial Intelligence (X) terhadap Psikologi Kognitif (M).

Hasil analisis regresi linear sederhana yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Artificial Intelligence (AI) terhadap Psikologi Kognitif sebagai variabel mediasi. Analisis ini dilakukan untuk menguji pengaruh langsung AI terhadap Psikologi Kognitif. disajikan pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Regresi AI terhadap Psikologi Kognitif

Variabel	(β)	t-hitung	Sig.
AI → Psikologi Kognitif	0,642	8,921	0,000

Dengan $R^2 = 0,412$

Berdasarkan hasil regresi, diperoleh nilai koefisien regresi $\beta = 0,642$ dengan nilai t-hitung 8,921 serta tingkat signifikansi $p = 0,000 (< 0,05)$.

Nilai koefisien positif tersebut menunjukkan bahwa Artificial Intelligence berpengaruh positif dan signifikan terhadap Psikologi Kognitif. Artinya, semakin tinggi tingkat pemanfaatan Artificial Intelligence, maka semakin meningkat pula aspek psikologi kognitif pelaku UMKM.

Nilai R^2 menunjukkan bahwa 41,2% variasi psikologi kognitif dijelaskan oleh AI. Oleh karena itu aspek Kognitif, layak digunakan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara Artificial Intelligence dan Pengambilan Keputusan Ekonomi.

b. Pengaruh Artificial Intelligence (X) terhadap Pengambilan Keputusan Ekonomi (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai koefisien regresi $\beta = 0,598$ dengan tingkat signifikansi $p = 0,000 (< 0,05)$. Nilai koefisien regresi yang positif dan signifikan menunjukkan bahwa Artificial Intelligence berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Ekonomi. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pemanfaatan Artificial Intelligence dalam kegiatan UMKM, maka semakin baik pula kualitas keputusan ekonomi yang diambil oleh pelaku usaha.

Nilai R Square sebesar 0,358 menunjukkan bahwa 35,8% variasi Pengambilan Keputusan Ekonomi dapat dijelaskan oleh variabel Artificial Intelligence. Sementara itu, sebesar 64,2% variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar model penelitian, Disajikan tabel 7.

Tabel 7. Hasil regresi X terhadap Y

Variabel	(β)	t-hitung	Sig.
AI → Keputusan Ekonomi	0,598	9,784	0,000

$R^2 = 0,358$

Dengan demikian AI berpengaruh signifikan terhadap keputusan ekonomi UMKM, membuktikan peran AI sebagai sistem pendukung keputusan berbasis data.

c. Psikologi Kognitif (M) terhadap Pengambilan Keputusan Ekonomi (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai koefisien regresi $\beta = 0,621$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000 (< 0,05)$. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa Psikologi Kognitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan

Keputusan Ekonomi. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kemampuan kognitif pelaku UMKM, maka semakin rasional dan efektif pula keputusan ekonomi yang diambil.

Nilai R Square sebesar 0,386 menunjukkan bahwa 38,6% variasi Pengambilan Keputusan Ekonomi dapat dijelaskan oleh variabel Psikologi Kognitif. Sementara itu, sisanya sebesar 61,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Disajikan pada tabel 8.

Tabel 8. Hasil regresi M terhadap Y

Variabel	(β)	t-hitung	Sig.
Psikologi Kognitif → Keputusan Ekonomi	0,621	8,332	0,000

$R^2 = 0,386$

Dengan demikian Psikologi kognitif berperan penting dalam menentukan kualitas keputusan ekonomi UMKM.

Uji Mediasi

Uji mediasi dilakukan untuk mengetahui peran psikologi kognitif dalam memediasi pengaruh Artificial Intelligence terhadap pengambilan keputusan ekonomi UMKM.

Psikologi kognitif memediasi secara parsial pengaruh Artificial Intelligence terhadap pengambilan keputusan ekonomi UMKM. Disajikan pada tabel

Tabel 9. Uji Mediasi Psikologi Kog

Jalur Pengaruh	Koefisien	Sig.
AI → Keputusan Ekonomi (langsung)	0,598	0,000
AI → Psikologi Kognitif	0,642	0,000
Psikologi Kognitif → Keputusan Ekonomi	0,621	0,000
AI → Keputusan Ekonomi (melalui PK)	0,399	0,000

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Artificial Intelligence berpengaruh positif dan signifikan terhadap psikologi kognitif pelaku UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan teknologi AI mampu membantu pelaku UMKM dalam memahami informasi usaha, mengurangi beban kognitif, serta meningkatkan kepercayaan terhadap data yang digunakan dalam pengambilan keputusan.

Selanjutnya, psikologi kognitif berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan ekonomi UMKM. Pelaku UMKM yang memiliki persepsi positif terhadap kemudahan dan kegunaan AI cenderung mampu mengambil keputusan ekonomi yang lebih tepat, baik dalam penentuan harga, produksi, maupun strategi pemasaran.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Artificial Intelligence berpengaruh langsung terhadap pengambilan keputusan ekonomi UMKM, meskipun pengaruh tersebut lebih kecil dibandingkan pengaruh psikologi kognitif. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi AI tidak dapat berdiri sendiri tanpa kesiapan kognitif pengguna dalam memanfaatkan informasi yang dihasilkan.

Hasil uji mediasi memperkuat temuan bahwa psikologi kognitif berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara Artificial Intelligence dan pengambilan keputusan ekonomi UMKM. Dengan demikian, keberhasilan implementasi AI pada UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan kognitif pelaku usaha dalam memproses dan memanfaatkan informasi berbasis teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

Abdi & Robby Lianto, 2024. (2025). Peran AI dalam UMKM: Bagaimana Kecerdasan Buatan Membantu UMKM Bertahan dan Berkembang

- di Era Digital. *Ikraith-Ekonomika*, Vol. 8 No.(1).
- Adelia Khirani Lubis, & Muhammad Irwan Padli Nasution. (2024). INTEGRASI KECERDASAN BUATAN DALAM SISTEM INFORMASI MANAJEMEN UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN STRATEGIS. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1.
- Agfahmi Dinata, & Muhammad Irwan Padli Nasution. (2024). PENERAPAN AI DALAM SISTEM INFORMASI MANAJEMEN UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI BISNIS. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1).
- Ahmad, Y. (2024). Peran Artificial Intelligence sebagai Salah Satu Faktor dalam Menentukan Kualitas Mahasiswa di Era Society 5.0. *Journal of Education Research*, 5(2).
- Amalia, A. F. L., & Krisnawati, A. (2024). PENGARUH COGNITIVE BIAS TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA GENERASI Z DI BANDUNG RAYA. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3). <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4521>
- Baby Suchita, N., Lay, E., Kristina, D., Angelin, Prestille, M., & Lavinia Celine, H. (2025). PENGUNAAN AI DALAM MEMBANGUN BISNIS BERKELANJUTAN DAN MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN DI ERA PERSAINGAN GLOBAL. *Fortunate Business Review*, 5(1).
- Essy Malays Sari Sakti, & Harry Rendra. (n.d.). Sistem Informasi Manajemen Sumber Daya Manusia Proyek Pembangunan SPBU untuk PT. XYZ. 2024 *Nursina*, 8(1), 134–141.
- Essy Malays Sari Sakti, & Susi Wagiyati P. (2023). ESSY MALAYS [PDF] from upi-yai.ac.id Pengembangan Sistem Informasi Persediaan Barang Berbasis Android (Kasus Cv Berkah Ananda). *IKRAITH-INFORMATIKA*, 7(1), 24–29.
- Hayati, S., & Saputra, L. A. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Cv. Jaya Anugrah. *Business Management*, 2(1). <https://doi.org/10.58258/bisnis.v2i1.5430>
- Hendryadi. (2021). Editorial Note: Uji Validitas Dengan Korelasi Item-Total ? *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(1).
- Indah, K. (2023). Jaringan Pintar: Implementasi Kecerdasan Buatan Untuk Meningkatkan Efisiensi. *Jurnal Teknologi Terkini*, 3(10).
- Judijanto, L. (2025). Analisis Bibliometrik terhadap Bias Kognitif dalam Pengambilan Keputusan Ekonomi. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(03). <https://doi.org/10.58812/sek.v3i03.578>
- Lubis, A. K., & Nasution, M. I. P. (2024). Integrasi Kecerdasan Buatan Dalam Sistem Informasi Manajemen Untuk Pengambilan Keputusan Strategis. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, Vol.1, No.(4).
- Matheos, V. N., Ketut, I. A., Arcani, J., Selaras, D., Psikologi, L., & Bali, H. (2025). Teori Psikologi Kognitif. *Journal Psychology PsyEcho*, 02(1).
- Pramana, P., Utari, P., Alkhajar, E. N. S., & Widiarti, M. A. (2025). MASA DEPAN KOMUNIKASI: MENJELAJAH PERAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM INTERAKSI MANUSIA. *Samvada : Jurnal Riset Komunikasi, Media, Dan Public Relation*, 4(1).

<https://doi.org/10.53977/jsv.v4i1.2500>

Putra, A. S., Marlina, I., & Faawati, M. T. (2024). Pengaruh Kecerdasan Buatan terhadap Pengambilan Keputusan Strategis Dalam Manajemen Teknologi Informasi. *Jurnal Multimedia Dan Android (JMA)*, 5(1).

Ramadanti, M., Sary, C. P., & Suarni, S. (2022). PSIKOLOGI KOGNITIF (Suatu Kajian Proses Mental dan Pikiran Manusia). *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan*, 8(1).

<https://doi.org/10.30863/ajdsk.v8i1.3205>

