

# 인공지능(AI)에 대한 소비자 반응: 심층 분석 보고서

[jeedia.com](http://jeedia.com)

## 서론: 인공지능과 소비자 환경

인공지능(AI)은 현대 사회의 다양한 측면에서 그 영향력을 빠르게 확장하고 있으며, 소비자들의 일상생활과 산업 전반에 걸쳐 점차 보편화되고 있습니다.

AI 기술은 스마트폰의 음성 비서부터 온라인 쇼핑몰의 추천 시스템, 스마트 홈 기기에 이르기까지 폭넓게 적용되어 소비자 경험을 변화시키고 있습니다.

이러한 AI 기술의 확산과 더불어 소비자들이 AI에 대해 어떠한 인식을 가지고 반응하는지 이해하는 것은 기업과 정책 결정자들에게 매우 중요합니다.

본 보고서는 다양한 연구 자료를 종합적으로 분석하여 AI에 대한 소비자들의 전반적인 인식과 태도, 특정 제품 및 서비스에 대한 구체적인 반응, AI 기술의 편리성, 유용성, 혁신성에 대한 평가, 잠재적인 위험성 또는 윤리적 문제에 대한 우려, 그리고 인구 통계학적 특성에 따른 반응 차이를 심층적으로 조사합니다.

또한, 뉴스, 블로그, 온라인 포럼 등에서 나타나는 소비자 의견을 종합적으로 분석하고, AI 제품 및 서비스 이용과 관련된 소비자 행동 데이터를 검토하여 향후 소비자들의 요구사항을 전망하고자 합니다.

## 전반적인 소비자 인식 및 태도 분석

인공지능(AI)에 대한 소비자들의 전반적인 인식과 태도는 복합적이며, 긍정적인 기대와 함께 잠재적인 위험에 대한 우려가 공존하는 양상을 보입니다. 퓨 리서치 센터(Pew Research Center)의 연구에 따르면, 미국 대중은 AI의 일상생활에서의 역할 증가에 대해 우려하는 경향이 있으며, 흥분보다는 걱정이 앞선다는 의견이 점차 증가하고 있습니다.<sup>1</sup>

2023년에는 미국인의 약 절반이 AI에 대해 흥분보다는 걱정을 더 많이 표현했으며, 이러한 경향은 2024년에도 지속되고 있습니다.<sup>3</sup> 하지만 젊은 세대를 중심으로 AI의 잠재력에 대한 긍정적인 반응도 상당수 존재하며, 이들은 AI 기술이 사회를 개선할 수 있다고 믿는 경향이 더 강합니다.<sup>5</sup>

아이소포스(Ipsos)의 글로벌 조사 결과에서도 AI에 대한 기대와 불안감이 동시에 증가하는 추세가 나타나, 전 세계적으로 AI의 잠재력에 대한 인식이 높아짐과 동시에 그에 대한 경계심도 커지고 있음을 시사합니다.<sup>18</sup> 칸타(Kantar)의 보고서는 AI 수용에 있어 전 세계적인 격차를 강조하며, 서구 선진국에서는 회의적인 태도를 보이는 반면, 아시아 국가에서는 혁신에 대한 기대감으로 인해 긍정적인 반응이 더 높게 나타나는 경향을

보입니다.<sup>20</sup> 이는 AI에 대한 소비자들의 인식이 문화적, 경제적 맥락에 따라 다를 수 있음을 보여줍니다.

갤럽(Gallup)의 여론 조사 결과는 미국인들이 AI의 사용으로 인해 이익보다는 해가 더 클 것이라고 생각하며, 일자리 감소와 기업의 책임감 있는 AI 사용에 대한 신뢰 부족을 주요 문제점으로 인식하고 있음을 보여줍니다.<sup>21</sup> 이러한 결과는 AI에 대한 대중의 우려가 여전히 상당하며, 긍정적인 인식을 확산시키기 위해서는 기업의 투명한 정보 공개와 책임감 있는 사용이 중요함을 시사합니다.

#### 특정 제품 및 서비스에 대한 소비자 반응

소비자들은 다양한 AI 기술이 적용된 제품 및 서비스에 대해 각기 다른 반응을 보이고 있습니다.

스마트 홈 기기에 AI가 통합된 경우, 소비자들은 편리성과 효율성 증대 측면에서 긍정적인 평가를 내리고 있습니다.

특히 보안 시스템과 에너지 관리 기능에 대한 만족도가 높은 것으로 나타났습니다.<sup>23</sup> 그러나 해킹 및 개인 정보 침해에 대한 우려는 여전히 존재하며, 스마트 홈 기기의 보안성에 대한 신뢰 확보가 중요한 과제로 남아있습니다.<sup>26</sup>

스마트폰에 탑재된 AI 기능은 젊은 소비자층에게 특히 중요한 구매 요인으로 작용하고 있으며, 음성 비서와 사진/영상 편집 도구에 대한 선호도가 높은 것으로 조사되었습니다.<sup>27</sup>

하지만 아이폰 및 삼성 갤럭시 사용자들은 현재 제공되는 AI 기능이 스마트폰 사용 경험에 큰 가치를 더하지 못한다고 느끼는 경우가 많아, 마케팅에서 강조하는 AI의 혁신성에 비해 실제 효용성에 대한 소비자의 체감은 아직 미흡한 것으로 보입니다.<sup>30</sup>

AI 기반 추천 시스템은 쇼핑 및 엔터테인먼트 분야에서 소비자들의 긍정적인 반응을 얻고 있으며, 개인화된 추천이 소비자 만족도와 구매 의향을 높이는 데 기여하는 것으로 나타났습니다.<sup>10</sup> 특히 개인화된 경험은 소비자들의 몰입도와 만족도를 높이는 중요한 요소로 작용하며, 이는 전통적인 검색 엔진 대신 AI 기반 추천 시스템을 선호하는 소비자들이 늘어나는 추세에서도 확인할 수 있습니다.<sup>62</sup>

#### AI 기술의 편리성, 유용성, 혁신성에 대한 소비자 평가

소비자들은 AI 기술이 제공하는 편리성과 유용성을 전반적으로 긍정적으로 평가하고 있습니다. 많은 소비자들이 AI가 시간을 절약해주고 일상생활을 더욱 편리하게 만들어 줄 수 있다고 믿고 있으며, 특히 온라인 쇼핑과 같은 분야에서 AI의 유용성을 높이 평가하는 것으로 나타났습니다.<sup>27</sup> AI 기술은 주문 상태 확인과 같은 간단한 작업부터 상품 정보 검색, 맞춤형 상품 추천과 같은 복잡한 작업에 이르기까지 다양한 영역에서 활용될 수

있으며, 소비자들은 이러한 AI의 다재다능함에 주목하고 있습니다.<sup>39</sup>

하지만 AI 기술의 편리성과 유용성에 대한 평가는 작업의 성격에 따라 다르게 나타납니다. 예를 들어, 소비자들은 주문 상태 확인과 같이 상대적으로 위험 부담이 적은 작업에는 AI를 편안하게 사용하는 반면, 의료 또는 금융 자문과 같이 중요한 결정이 요구되는 작업에는 AI에 대한 의존도를 낮추는 경향을 보입니다.<sup>38</sup> 이는 AI 기술의 혁신성에도 불구하고, 소비자들이 여전히 신뢰성과 안전성을 중요하게 생각하며, 특정 영역에서는 인간 전문가의 판단을 더 신뢰한다는 것을 의미합니다.

소비자들은 AI 기술이 고객 경험을 향상시키는 데 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 기대하며, 특히 디지털 환경에서 AI의 역할에 대한 기대감이 큰 것으로 나타났습니다.<sup>9</sup> AI는 개인화된 경험을 제공하고, 문제를 더 빠르게 해결하며, 전반적인 고객 여정을 간소화하는 데 기여할 수 있을 것으로 예상됩니다. 그러나 이러한 긍정적인 기대와 함께 AI 기술의 투명성과 책임감 있는 사용에 대한 요구 또한 높게 나타나, 기업들이 AI를 혁신적으로 활용하는 동시에 윤리적인 측면을 충분히 고려해야 할 필요성을 강조합니다.

#### AI 기술의 잠재적인 위험성 또는 윤리적 문제에 대한 소비자 우려

AI 기술의 발전과 함께 개인 정보 침해, 일자리 감소, 그리고 윤리적 문제에 대한 소비자들의 우려 또한 커지고 있습니다. 특히 개인 정보 및 데이터 보안은 AI 사용에 대한 소비자들의 가장 큰 관심사 중 하나로, 많은 소비자들이 자신의 데이터가 어떻게 수집되고 사용되는지에 대해 불확실성을 느끼고 있으며, AI가 개인 정보 보호에 심각한 위협이 될 수 있다고 우려하고 있습니다.<sup>5</sup> 소비자들은 자신의 개인 정보가 기업에 의해 어떻게 활용되는지 알기를 원하며, 데이터 오용 가능성에 대해 깊이 우려하고 있습니다.

일자리 감소에 대한 우려 또한 AI 기술 도입에 대한 소비자들의 주요 불안 요소입니다. 많은 사람들이 AI 자동화로 인해 미래에 일자리를 잃을 수 있다고 걱정하며, 특히 파트타임 근로자와 고령층에서 이러한 우려가 더 크게 나타나는 경향을 보입니다.<sup>1</sup> AI 전문가들은 일반 대중에 비해 일자리 감소에 대한 우려가 적은 편이지만, 여전히 많은 사람들이 AI가 가져올 경제적, 사회적 변화에 대해 불안감을 느끼고 있습니다.

윤리적 문제 또한 소비자들이 AI 기술에 대해 갖는 중요한 우려 사항입니다. AI 알고리즘의 편향성, 데이터 오용 가능성, 그리고 AI가 인간의 판단을 대체할 수 있는지에 대한 질문들이 제기되고 있습니다.<sup>55</sup> 소비자들은 AI가 사회적 편견을 강화하거나 차별적인 결과를 초래할 수 있다고 우려하며, AI 시스템의 투명성과 책임성에 대한 요구를 높이고 있습니다.

#### 특정 연령대, 성별 또는 기술 수용 수준에 따른 소비자 반응 차이

AI에 대한 소비자 반응은 연령대, 성별, 기술 수용 수준 등 다양한 요인에 따라 뚜렷한

차이를 보입니다.

젊은 소비자층은 일반적으로 AI 기술에 대해 더 높은 수용도를 보이며, AI가 일상생활에 통합되는 것에 대해 더 편안함을 느끼는 경향이 있습니다.<sup>5</sup> 반면, 고령층은 AI 기술에 대해 더 회의적이며, 개인 정보 보호 및 데이터 보안 문제에 대해 더 큰 우려를 나타냅니다.<sup>5</sup> 또한, 젊은 세대는 AI를 학습 및 창의적인 작업에 활용하는 데 적극적인 반면, 고령층은 실용적인 애플리케이션에 더 집중하는 경향을 보입니다.<sup>12</sup>

성별에 따른 차이 또한 두드러지게 나타납니다. 남성은 여성에 비해 AI 기술을 더 긍정적으로 인식하고, 자신의 AI 역량을 더 높게 평가하며, AI 기술에 대한 신뢰도 더 높은 경향을 보입니다.<sup>2</sup> 반면, 여성은 AI 기술의 윤리적 문제, 오보 확산 가능성, 그리고 일자리 감소에 대한 우려를 더 크게 나타내는 경향이 있습니다.<sup>5</sup>

기술 수용 수준 또한 AI에 대한 소비자 반응에 큰 영향을 미칩니다. 기술에 대한 이해도가 높고, 새로운 기술을 적극적으로 사용하는 소비자들은 AI 기술의 편리성과 유용성을 더 잘 인식하고, 더 긍정적인 태도를 보이는 경향이 있습니다.<sup>119</sup> 반면, 기술에 대한 이해도가 낮거나 새로운 기술 도입에 소극적인 소비자들은 AI 기술에 대해 더 많은 우려와 불안감을 느낄 수 있습니다. 또한, 교육 수준과 소득 수준이 높은 소비자일수록 AI에 대한 인지도가 높고, AI 기술을 더 많이 사용하며, AI를 더 신뢰하는 경향이 있는 것으로 나타났습니다.<sup>1</sup>

#### **AI 관련 뉴스 기사, 블로그 게시물, 온라인 포럼 등에서의 소비자 의견 종합 분석**

AI 관련 뉴스 기사, 블로그 게시물, 온라인 포럼 등에서 나타나는 소비자들의 의견을 종합적으로 분석한 결과, 대중은 AI의 발전에 대해 상당한 관심을 가지고 있으며, 동시에 다양한 측면에서 우려를 표명하고 있음을 알 수 있습니다. 뉴스 기사에서는 AI의 혁신적인 잠재력과 함께 오보 확산, 일자리 감소, 사생활 침해와 같은 위험성을 동시에 강조하는 경향이 나타납니다.<sup>1</sup>

블로그 게시물에서는 AI 기술의 다양한 활용 사례와 함께 소비자들의 솔직한 의견이 제시되는 경우가 많습니다. 특히 AI 기반 서비스의 편리성과 효율성에 대한 긍정적인 평가와 함께, 개인 정보 보호 및 윤리적 문제에 대한 우려가 자주 언급됩니다.<sup>1</sup>

온라인 포럼에서는 AI 기술에 대한 다양한 의견과 함께 심도 있는 논의가 이루어지고 있습니다. 사용자들은 AI의 잠재적인 이점과 함께 발생 가능한 위험에 대해 자유롭게 의견을 교환하며, 특정 AI 애플리케이션에 대한 경험을 공유하기도 합니다.<sup>1</sup>

전반적으로, 소비자들은 AI 기술의 발전과 그로 인한 변화에 대해 상당한 호기심을 가지고 있지만, 동시에 잠재적인 위험과 윤리적 문제에 대한 경계를 늦추지 않고 있습니다. 투명하고 책임감 있는 AI 개발 및 사용에 대한 요구가 높으며, AI 기술이 사회에 긍정적인 영향을 미칠 수 있도록 적절한 규제와 교육이 필요하다는 의견이 지배적입니다.

## AI 제품 및 서비스 이용과 관련된 소비자 행동 데이터

AI 제품 및 서비스 이용과 관련된 소비자 행동 데이터를 분석한 결과, AI 기술이 소비자들의 구매 결정과 만족도에 상당한 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있습니다. AI 기반 추천 시스템은 소비자들의 쇼핑 경험을 향상시키고, 구매 가능성을 높이는 중요한 역할을 수행합니다.<sup>10</sup> 특히 개인화된 추천은 소비자들의 쇼핑 시간을 절약해주고, 원하는 상품을 더 쉽게 찾을 수 있도록 도와주어 만족도를 높이는 데 기여합니다.

AI 챗봇과 같은 고객 서비스 도구는 빠른 응답 시간과 효율적인 문제 해결을 통해 소비자 만족도를 향상시키는 데 중요한 역할을 합니다.<sup>52</sup> 24시간 이용 가능하고 즉각적인 지원을 제공하는 AI 챗봇은 소비자들의 편의성을 높이고, 긍정적인 브랜드 경험을 형성하는 데 기여합니다.

AI 기술은 소비자들의 재구매 의향에도 영향을 미치는 것으로 나타났습니다. AI 기반의 개인화된 추천과 효율적인 고객 서비스는 소비자 만족도를 높여 브랜드 충성도를 강화하고, 결과적으로 재구매 의향을 높이는 데 긍정적인 영향을 미칩니다.<sup>33</sup> 하지만 AI에 대한 신뢰 부족이나 부정적인 경험은 재구매 의향을 저해할 수 있으므로, 기업들은 AI 기술을 신중하게 도입하고 소비자 신뢰를 구축하기 위한 노력을 기울여야 합니다.

소비자들은 AI 기술에 대한 지식과 이해도가 높을수록 AI 제품 및 서비스를 더 적극적으로 사용하는 경향을 보입니다.<sup>9</sup> 이는 AI 기술에 대한 교육과 정보 제공이 소비자들의 수용도를 높이는 데 중요한 역할을 할 수 있음을 시사합니다.

## AI 기술 발전에 따른 소비자 반응 변화 추이 및 향후 요구사항 전망

AI 기술은 지속적으로 발전하고 있으며, 이에 따라 소비자들의 반응 또한 변화할 것으로 예측됩니다. 초기에는 AI 기술에 대한 호기심과 기대감이 높았지만, 점차 기술의 한계와 잠재적인 위험성에 대한 인식이 확산되면서 소비자들은 더욱 신중한 태도를 보일 것으로 예상됩니다.<sup>1</sup> 특히 개인 정보 보호, 일자리 감소, 그리고 윤리적 문제에 대한 우려는 앞으로도 지속적으로 제기될 것으로 보이며, 이에 대한 해결책 마련이 AI 기술의 성공적인 발전을 위한 중요한 과제가 될 것입니다.

향후 소비자들은 AI 기술에 대해 더욱 높은 수준의 투명성과 설명 가능성을 요구할 것으로 전망됩니다.<sup>69</sup> AI가 의사 결정 과정에 깊숙이 관여하게 될수록, 소비자들은 AI가 어떠한 근거로 그러한 결정을 내렸는지 이해하고 싶어 할 것이며, 부당한 결과에 대해서는 이의를 제기할 수 있는 절차를 요구할 것입니다. 또한, AI 기술이 제공하는 편리성과 효율성뿐만 아니라, 인간적인 상호작용과 공감을 제공하는 AI에 대한 요구도 증가할 것으로 예상됩니다.<sup>66</sup>

소비자들은 AI 기술이 다양한 분야에서 개인 맞춤형 경험을 제공해주기를 기대하며, 이는 쇼핑, 엔터테인먼트, 교육 등 여러 영역에서 더욱 두드러질 것으로 예상됩니다.<sup>138</sup> AI는

소비자들의 선호도와 행동 패턴을 분석하여 맞춤형 추천, 개인화된 콘텐츠, 그리고 예측 기반 서비스를 제공함으로써 소비자 만족도를 높이는 데 기여할 수 있을 것입니다.

결론적으로, AI 기술의 발전은 소비자들에게 새로운 가치와 편의성을 제공할 수 있지만, 동시에 잠재적인 위험과 윤리적 문제에 대한 소비자의 우려를 해소하고 신뢰를 구축하는 것이 중요합니다. 기업들은 AI 기술 개발 및 도입 과정에서 투명성, 책임성, 그리고 사용자 중심의 가치를 최우선으로 고려해야 하며, 소비자들의 의견을 적극적으로 수렴하여 AI 기술이 사회 전체에 긍정적인 영향을 미칠 수 있도록 노력해야 할 것입니다.

#### 참고 자료

1. Growing public concern about the role of artificial intelligence in daily life, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/08/28/growing-public-concern-about-the-role-of-artificial-intelligence-in-daily-life/>
2. How the US Public and AI Experts View Artificial Intelligence | Pew Research Center, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.pewresearch.org/internet/2025/04/03/how-the-us-public-and-ai-experts-view-artificial-intelligence/>
3. AI risks, opportunities, regulation: Views of US public and AI experts | Pew Research Center, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.pewresearch.org/2025/04/03/views-of-risks-opportunities-and-regulation-of-ai/>
4. Americans See Lots of Reasons to Worry About AI, Pew Survey Finds - CNET, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.cnet.com/tech/services-and-software/americans-see-lots-of-reasons-to-worry-about-ai-pew-survey-finds/>
5. Research Roundup: Consumer Perceptions of Artificial Intelligence | TEAM LEWIS, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.teamlewis.com/magazine/consumer-perceptions-of-artificial-intelligence/>
6. Where Americans stand on AI | Ipsos, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.ipsos.com/en-us/where-americans-stand-ai>
7. Consumer Perspective of Artificial Intelligence, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://keypointintelligence.com/keypoint-blogs/consumer-perspective-of-artificial-intelligence>
8. Consumers Know More About AI Than Business Leaders Think, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.bcg.com/publications/2024/consumers-know-more-about-ai-than-businesses-think>
9. Consumer Adoption of AI Report - Attest, 4월 6, 2025에 액세스,  
[https://www.askattest.com/wp-content/uploads/2025/02/Consumer-Adoption-of-AI-Report-2025\\_digital.pdf](https://www.askattest.com/wp-content/uploads/2025/02/Consumer-Adoption-of-AI-Report-2025_digital.pdf)
10. 2025 Consumer Adoption of AI Report | Attest, 4월 6, 2025에 액세스,



- <https://www.askattest.com/blog/uncategorized/2025-consumer-adoption-of-ai-report>
11. 131 AI Statistics and Trends for 2025 - National University, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.nu.edu/blog/ai-statistics-trends/>
  12. AI trends: How Americans use AI by generation - SurveyMonkey, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.surveymonkey.com/curiosity/ai-trends-by-generations/>
  13. Understanding Generational Differences in the Age of AI - AEM, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.aem.org/news/understanding-generational-differences-in-the-age-of-ai>
  14. Millennials Lead in AI Comfort and Trust, While Gen Z Emerges as Key Audience for AI-Driven P&C Insurance Solutions, Insurity Survey Finds, 4월 6, 2025에 액세스, <https://insurity.com/press-release/millennials-lead-ai-comfort-and-trust-while-gen-z-emerges-key-audience-ai-driven-pc>
  15. Hesitant & Hopeful: How Different Generations View Artificial Intelligence - Barna Group, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.barna.com/research/generations-ai/>
  16. FGS Global Radar Report Reveals Generational Divide in Attitudes Towards Impact of AI, 4월 6, 2025에 액세스, <https://fgsglobal.com/insights/news/fgs-global-radar-report-reveals-generational-divide-in-attitudes-towards-impact-of-ai>
  17. Talkin' 'Bout My Generation: Three Surprising Takeaways From Our AI Poll, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.dickinson.edu/news/article/5816/>
  18. The Ipsos AI Monitor 2024: Changing attitudes and feelings about AI and the future it will bring, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.ipsos.com/en/ipsos-ai-monitor-2024-changing-attitudes-and-feelings-about-ai-and-future-it-will-bring>
  19. Opinions about AI vary depending on countries' level of economic development - Ipsos, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.ipsos.com/en/global-opinions-about-ai-january-2022>
  20. GenAI attitudes: A world of differences - Kantar, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.kantar.com/north-america/inspiration/consumer/genai-attitudes-a-world-of-differences>
  21. Americans Express Real Concerns About Artificial Intelligence - Gallup News, 4월 6, 2025에 액세스, <https://news.gallup.com/poll/648953/americans-express-real-concerns-artificial-intelligence.aspx>
  22. Artificial Intelligence - Gallup.com, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.gallup.com/topic/artificial-intelligence.aspx>
  23. AI in Smart Homes: Security, Efficiency & Automation - Gearbrain, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.gearbrain.com/ai-smart-home-automation-devices-2671168897.html>
  24. This Is the Smart Home Tech I'm Most Excited About in 2025 (and Beyond) - CNET, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.cnet.com/news/this-is-the-smart-home-tech-im-most-excited-abo>

[ut-in2025-and-beyond/](#)

25. Rating 30 Smart Home Devices, BEST and WORST! - YouTube, 4월 6, 2025에 액세스,  
[https://www.youtube.com/watch?v=vdvysH4dTbc&pp=0gcJCfcAhR29\\_xXO](https://www.youtube.com/watch?v=vdvysH4dTbc&pp=0gcJCfcAhR29_xXO)
26. Consumers make their homes smarter, with a focus on security - Deloitte, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/telecommunications/connectivity-mobile-trends-survey/2023/smart-home-industry-adoption-trend.html>
27. AI on smartphones – what features do consumers value most? - YouGov Business, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://business.yougov.com/content/50614-ai-on-smartphones-what-features-do-consumers-value-most>
28. Consumers Upgrading Mobile Devices Faster as Signs of AI Adoption Emerge, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.businesswire.com/news/home/20250303778769/en/Consumers-Upgrading-Mobile-Devices-Faster-as-Signs-of-AI-Adoption-Emerge>
29. Research: Are Consumers Ready for the AI-Embedded Smartphone? | AMDocs, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.amdocs.com/insights/blog/research-are-consumers-ready-ai-embedded-smartphone>
30. Apple, Samsung Users Unimpressed by AI on Their Phones: Survey - Tech News World, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.technewsworld.com/story/apple-samsung-users-unimpressed-by-ai-on-their-phones-survey-179509.html>
31. 73% of iPhone Owners Say 'No Thanks' to Apple Intelligence: New Data Echoes CNET's Findings, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.cnet.com/tech/mobile/73-of-iphone-owners-say-no-thanks-to-apple-intelligence-new-data-echoes-cnets-findings/>
32. Sentiment analysis - Wikipedia, 4월 6, 2025에 액세스,  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Sentiment\\_analysis](https://en.wikipedia.org/wiki/Sentiment_analysis)
33. AI-based recommendation system: Types, use cases, development and implementation, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.leewayhertz.com/build-recommendation-system/>
34. This is how AI powers content recommendation - Algolia Blog, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.algolia.com/blog/ai/this-is-how-ai-powers-content-recommendation>
35. ML in Recommendation Systems: Enhancing UX - Prakash Software Solutions, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://prakashinfotech.com/ml-in-recommendation-systems-enhancing-ux>
36. Building AI Recommendation Systems to Boost Customer Engagement, 4월 6, 2025에 액세스, <https://markovate.com/ai-recommendation-systems/>
37. Recommendation Systems: Enhancing User Experience and Driving Sales - Medium, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://medium.com/@DigitalDialogue1987/recommendation-systems-enhancing-user-experience-and-driving-sales-efb1ac122987>



38. Consumer Perceptions of AI in Retail and Ecommerce Report - UserTesting, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.usertesting.com/resources/reports/consumer-perceptions-ai-retail-and-ecommerce>
39. 2024 Consumer Study: Revolutionize retail with AI everywhere - IBM, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/en-us/report/ai-retail>
40. (PDF) CONSUMER PERCEPTION OF AI-POWERED PERSONALIZATION: CONDUCTING RESEARCH TO UNDERSTAND HOW CONSUMERS PERCEIVE AI-BASED PERSONALIZATION AND WHAT FACTORS INFLUENCE THEIR ACCEPTANCE OR REJECTION OF THESE TECHNOLOGIES - ResearchGate, 4월 6, 2025에 액세스,  
[https://www.researchgate.net/publication/386424042\\_CONSUMER\\_PERCEPTION\\_OF\\_AI-POWERED\\_PERSONALIZATION\\_CONDUCTING\\_RESEARCH\\_TO\\_UNDERSTAND\\_HOW\\_CONSUMERS\\_PERCEIVE\\_AI-BASED\\_PERSONALIZATION\\_AND\\_WHAT\\_FACTORS\\_INFLUENCE\\_THEIR\\_ACCEPTANCE\\_OR\\_REJECTION\\_OF\\_THESE\\_TE](https://www.researchgate.net/publication/386424042_CONSUMER_PERCEPTION_OF_AI-POWERED_PERSONALIZATION_CONDUCTING_RESEARCH_TO_UNDERSTAND_HOW_CONSUMERS_PERCEIVE_AI-BASED_PERSONALIZATION_AND_WHAT_FACTORS_INFLUENCE_THEIR_ACCEPTANCE_OR_REJECTION_OF_THESE_TE)
41. The Seven Patterns of AI | PMI - Project Management Institute, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.pmi.org/blog/seven-patterns-of-ai>
42. How Can Brands Leverage AI in Loyalty Programmes? - Blog - Propello, 4월 6, 2025에 액세스, <https://blog.propellocloud.com/ai-in-loyalty-programs>
43. Artificial Intelligence, Real Loyalty: 10 ways to use AI in loyalty program management, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.kognitiv.com/articles-post/artificial-intelligence-real-loyalty-10-ways-to-use-ai-in-loyalty-program-management>
44. The Future of Customer Loyalty in an AI-Driven World: Loyal to What? | by Milene Amoriello Spolador | Scale Smarter: Strategies for Startups & Innovators | Medium, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://medium.com/about-product/the-future-of-customer-loyalty-in-an-ai-driven-world-loyal-to-what-c5afc94674eb>
45. Building customer loyalty through AI-powered retention marketing, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.revenuemarketingalliance.com/customer-loyalty-through-ai-powered-retention-marketing/>
46. Building customer loyalty with a little help from AI | IESE Insight, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.iese.edu/insight/articles/customer-loyalty-artificial-intelligence/>
47. Analyzing Consumer Buying Behavior with AI in Marketing - Sprintzeal.com, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.sprintzeal.com/blog/how-ai-has-impacted-consumer-buying-behavior>
48. Impact of artificial intelligence on consumer buying behaviors: Study about the online retail purchase - ResearchGate, 4월 6, 2025에 액세스,  
[https://www.researchgate.net/publication/383758213\\_Impact\\_of\\_artificial\\_intelligence\\_on\\_consumer\\_buying\\_behaviors\\_Study\\_about\\_the\\_online\\_retail\\_purchase](https://www.researchgate.net/publication/383758213_Impact_of_artificial_intelligence_on_consumer_buying_behaviors_Study_about_the_online_retail_purchase)

49. The Impact of Artificial Intelligence on Consumer Behavior Analysis in Digital Marketing, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.visionfactory.org/post/the-impact-of-artificial-intelligence-on-consumer-behavior-analysis-in-digital-marketing>
50. 10 Ways AI Is Transforming Customer Expectations In E-Commerce - Forbes, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.forbes.com/councils/forbesbusinessdevelopmentcouncil/2024/11/26/10-ways-ai-is-transforming-customer-expectations-in-e-commerce/>
51. cdp.com, 4월 6, 2025에 액세스,  
[https://cdp.com/articles/report-consumers-open-to-ai-in-marketing-but-privacy-concerns-remain/#:~:text=Nearly%20half%20\(44%25\)%20of,transparency%20is%20for%20customer%20trust.%20](https://cdp.com/articles/report-consumers-open-to-ai-in-marketing-but-privacy-concerns-remain/#:~:text=Nearly%20half%20(44%25)%20of,transparency%20is%20for%20customer%20trust.%20)
52. 73% of Consumers Believe AI Can Have a Positive Impact on their Customer Experience, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.redpointglobal.com/press-releases/73-of-consumers-believe-ai-can-have-a-positive-impact-on-their-customer-experience/>
53. Survey Reveals Over Half of U.S. Consumers Hold Positive Views on AI in Marketing, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.globenewswire.com/news-release/2023/12/10/2793459/0/en/Survey-Reveals-Over-Half-of-U-S-Consumers-Hold-Positive-Views-on-AI-in-Marketing.html>
54. Report: Consumers Open to AI in Marketing, But Privacy Concerns Remain - CDP.com, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://cdp.com/articles/report-consumers-open-to-ai-in-marketing-but-privacy-concerns-remain/>
55. (PDF) The Effects of AI-Powered Personalization on Consumer Behavior in Fashion E-Commerce - ResearchGate, 4월 6, 2025에 액세스,  
[https://www.researchgate.net/publication/388190363\\_The\\_Effects\\_of\\_AI-Powered\\_Personalization\\_on\\_Consumer\\_Behavior\\_in\\_Fashion\\_E-Commerce](https://www.researchgate.net/publication/388190363_The_Effects_of_AI-Powered_Personalization_on_Consumer_Behavior_in_Fashion_E-Commerce)
56. AI and Consumer Behavior | IPCOMM Agency, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://weareipcomm.com/ai-and-consumer-behavior/>
57. How AI Personalization Is Changing the Customer Experience - Medallia, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.medallia.com/blog/how-ai-personalization-is-changing-the-customer-experience/>
58. The Use of AI-Driven Personalization for Enhancing the Customer Experience for Gen-Z, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=137815>
59. On-device generative AI could make smartphones more exciting—if they can deliver on the promise - Deloitte, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/technology-media-and-telecom-predictions/2025/gen-ai-on-smartphones.html>
60. The Rise of Gen AI Smartphones | IDC Blog, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://blogs.idc.com/2024/07/05/the-rise-of-gen-ai-smartphones/>
61. AI in Retail: Market Trends, Consumer Adoption, and Revenue Growth | PatentPC,

- 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://patentpc.com/blog/ai-in-retail-market-trends-consumer-adoption-and-revenue-growth>
62. Capgemini: How Gen AI is Driving Consumers Away From Search - AI Magazine, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://aimagazine.com/articles/capgemini-how-gen-ai-is-driving-consumers-away-from-search>
63. 71% of consumers want generative AI integrated into their shopping experiences, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.capgemini.com/news/press-releases/71-of-consumers-want-generative-ai-integrated-into-their-shopping-experiences/>
64. The Democratic Future of AI and Shifting Consumer Behaviors - CMS Wire, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.cmswire.com/ai-technology/the-democratic-future-of-ai-and-shifting-consumer-behaviors/>
65. More Than Half of Consumers Want Smarter Shopping Experiences - PYMNTS.com, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.pymnts.com/news/retail/2024/more-than-half-of-consumers-want-smarter-shopping-experiences/>
66. Global Study: Consumer and Employee Attitudes Toward AI | XM Institute, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.xminstitute.com/research/global-consumer-employee-attitude-ai/>
67. Consumer Perception and Use of Generative AI Research Study: Quantify Familiarity and Gauge Perceptions and Concerns - ResearchAndMarkets.com - Business Wire, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.businesswire.com/news/home/20250124641513/en/Consumer-Perception-and-Use-of-Generative-AI-Research-Study-Quantify-Familiarity-and-Gauge-Perceptions-and-Concerns---ResearchAndMarkets.com>
68. Consumer Perspectives of Privacy and Artificial Intelligence - IAPP, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://iapp.org/resources/article/consumer-perspectives-of-privacy-and-ai/>
69. Global Consumers Demand Greater AI Transparency and Explainability From Businesses, According to RWS Research, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.businesswire.com/news/home/20250304609512/en/Global-Consumers-Demand-Greater-AI-Transparency-and-Explainability-From-Businesses-According-to-RWS-Research>
70. Americans report perceptions and expectations concerning AI-driven marketing, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://news.wsu.edu/news/2024/11/21/americans-report-perceptions-and-expectations-concerning-ai-driven-marketing/>
71. Consumer and Data Protection Concerns in the Age of AI - Quantilus Innovation, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://quantilus.com/article/consumer-and-data-protection-concerns-in-the-age-of-ai/>
72. Consumers Are Voicing Concerns About AI - Federal Trade Commission, 4월 6,

- 2025에 액세스,  
<https://www.ftc.gov/policy/advocacy-research/tech-at-ftc/2023/10/consumers-are-voicing-concerns-about-ai>
73. How AI Is Changing Customer Privacy Expectations - Forbes, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2025/03/18/how-ai-is-changing-customer-privacy-expectations/>
74. New Cisco Survey Shows Strong Relationship Between Privacy Awareness and Trust in AI, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://investor.cisco.com/news/news-details/2024/New-Cisco-Survey-Shows-Strong-Relationship-Between-Privacy-Awareness-and-Trust-in-AI/default.aspx>
75. New Deloitte Survey: Increasing Consumer Privacy and Security Concerns in the Generative AI Era – Press Release, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www2.deloitte.com/us/en/pages/about-deloitte/articles/press-releases/increasing-consumer-privacy-and-security-concerns-in-the-generative-ai-era.html>
76. 86% of consumers want retailers to make AI more diverse, equitable, and inclusive, according to new Talkdesk research - Press Releases, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.talkdesk.com/news-and-press/press-releases/bias-and-ethical-ai-survey/>
77. A Talkdesk consumer survey reveals the ethical considerations of AI in retail, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.talkdesk.com/blog/ethical-considerations-ai-retail/>
78. Ethical Considerations When Using AI for Behavioral Targeting - Adam Fard UX Studio, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://adamfard.com/blog/ethical-considerations-ai-behavioral-targeting>
79. Women Are Avoiding AI. Will Their Careers Suffer? | Working Knowledge - Baker Library, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.library.hbs.edu/working-knowledge/women-are-avoiding-using-artificial-intelligence-can-that-hurt-their-careers>
80. Women and generative AI: The adoption gap is closing fast, but a trust gap persists - Deloitte, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/technology-media-and-telecom-predictions/2025/women-and-generative-ai.html>
81. Shaping Public Discourse: The Dual Edge of AI in Democracy - Fair Observer, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.fairobserver.com/more/science/shaping-public-discourse-the-dual-edge-of-ai-in-democracy/>
82. 59 AI customer service statistics for 2025 - Zendesk, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.zendesk.com/blog/ai-customer-service-statistics/>
83. Average Customer Retention By Industry (2024) - Exploding Topics, 4월 6, 2025에 액세스, <https://explodingtopics.com/blog/customer-retention-rates>
84. Experts Predict the Impact of AI by 2040 - Imagining the Digital Future Center, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://imaginingthedigitalfuture.org/reports-and-publications/the-impact-of-artificial-intelligence-by-2040/the-17th-future-of-digital-life-experts-canvassing/>

85. AI TRENDS AND FUTURE IMPACT - Protiviti, 4월 6, 2025에 액세스,  
[https://www.protiviti.com/sites/default/files/2025-02/web\\_v9\\_cii-protiviti\\_ai\\_trends\\_and\\_future\\_impact.pdf](https://www.protiviti.com/sites/default/files/2025-02/web_v9_cii-protiviti_ai_trends_and_future_impact.pdf)
86. Statista's Research AI Feature – Goizueta Business Library News - ScholarBlogs, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://scholarblogs.emory.edu/gbsl/statista-research-ai-feature/>
87. www.quirks.com, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.quirks.com/articles/addressing-ai-concerns-to-build-consumer-trust#:~:text=Our%20findings%20reveal%20that%20while.if%20unaddressed%2C%20could%20hinder%20adoption.>
88. Data protection is key to consumer trust and realising the potential of artificial intelligence, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.herbertsmithfreehills.com/insights/2025-01/data-protection-is-key-to-consumer-trust-and-realising-the-potential-of-ai>
89. How to build consumer trust in the age of AI | MarTech, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://martech.org/how-to-build-consumer-trust-in-the-age-of-ai/>
90. iapp.org, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://iapp.org/resources/article/consumer-perspectives-of-privacy-and-ai/#:~:text=Another%20study%20in%20January%202024,of%20unauthorized%20access%20or%20misuse.>
91. Artificial intelligence and predictive marketing: an ethical framework from managers' perspective | Emerald Insight, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/sjme-06-2023-0154/full/html>
92. Ethical concerns mount as AI takes bigger decision-making role - Harvard Gazette, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://news.harvard.edu/gazette/story/2020/10/ethical-concerns-mount-as-ai-takes-bigger-decision-making-role/>
93. Consumers' Perception of Artificial Intelligence Applications in Marketing Communication, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.jou.ufl.edu/insights/consumers-perception-on-artificial-intelligence-applications-in-marketing-communication/>
94. Survey Reveals Concerns and Adoption Trends Around AI's Rising Influence, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://comminfo.rutgers.edu/news/survey-reveals-concerns-and-adoption-trends-around-ais-rising-influence>
95. How Do Consumers Actually Feel About AI-Powered Advertising? - MNTN Research, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://research.mountain.com/insights/how-do-consumers-actually-feel-about-ai-powered-advertising/>
96. The tide is changing: Monitoring public attitudes towards data and AI, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://rtau.blog.gov.uk/2023/12/06/the-tide-is-changing-monitoring-public-attitudes-towards-data-and-ai/>
97. About half of working Americans believe AI will decrease the number of available

- jobs in their industry | YouGov, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://today.yougov.com/economy/articles/50406-half-working-americans-believe-artificial-intelligence-will-decrease-number-of-jobs-in-their-industry>
98. 50+ AI Replacing Jobs Statistics 2024 - AIPRM, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.aiprm.com/ai-replacing-jobs-statistics/>
99. Report Finds Workers Anxious About AI Taking Their Jobs - PSHRA, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://pshra.org/report-finds-workers-worried-about-ai-taking-their-jobs/>
100. The Impact of AI on the Job Market and Employment Opportunities - University of San Diego Online Degrees, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://onlinedegrees.sandiego.edu/ai-impact-on-job-market/>
101. Exploring the intersection of AI and journalism—and the implications for media ethics, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.agilitypr.com/pr-news/public-relations/exploring-the-intersection-of-ai-and-journalism-and-the-implications-for-media-ethics/>
102. Generational Shifts in Trust: Why Gen Z Prefers AI for Guidance & Growth - Bellomy, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.bellomy.com/blog/generational-shifts-trust-why-gen-z-prefers-ai-guidance-growth>
103. AI's generational shift: Who's leading the charge? | Cavell, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.cavell.com/ais-generational-shift-whos-leading-the-charge/>
104. Are Messages From Robots Trustworthy? - New York Institute of Technology, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.nyit.edu/news/articles/do-customers-perceive-ai-written-communications-as-less-authentic/>
105. AI Ethics a Top Consumer Concern - Destination CRM, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.destinationcrm.com/Articles/CRM-Insights/Insight/AI-Ethics-a-Top-Consumer-Concern-164936.aspx>
106. Bias in AI - Chapman University, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://azwww.chapman.edu/ai/bias-in-ai.aspx>
107. Identifying AI Bias and AI Bias in the Retail Industry - Columbus Consulting, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.columbusconsulting.com/insights/identifying-ai-bias-and-ai-bias-in-the-retail-industry/>
108. The ethical dilemmas of AI | USC Annenberg School for Communication and Journalism, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://annenberg.usc.edu/research/center-public-relations/usc-annenberg-relevance-report/ethical-dilemmas-ai>
109. The Ethical Considerations of Artificial Intelligence | Capitol Technology University, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.captechu.edu/blog/ethical-considerations-of-artificial-intelligence>
110. Framing AI Ethics in Public Discourse: A Critical Discourse Analysis of Media Coverage on AI in Child Protection | Ilomata International Journal of Social Science, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.ilomata.org/index.php/ijss/article/view/1277>



111. Bias And Corruption In Artificial Intelligence: A Threat To Fairness - Forbes, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.forbes.com/councils/forbestechcouncil/2025/03/14/bias-and-corruption-in-artificial-intelligence-a-threat-to-fairness/>
112. Fairness and Bias in AI Explained | SS&C Blue Prism, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.blueprism.com/resources/blog/bias-fairness-ai/>
113. Zuora Study Highlights Consumer Adoption Trends and Preferences for AI and GenAI Services, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.zuora.com/press-release/zuora-study-highlights-consumer-adoption-trends-and-preferences-for-genai/>
114. SPOTLIGHT: Like Parent, Like Teen: AI Usage Patterns Reveal Striking Parallels Across Generations | NORC at the University of Chicago, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.norc.org/research/library/like-parent-like-teen-ai-usage-patterns-reveal-striking-parallels-across-generations.html>
115. Gender Differences in the Use of Generative Artificial Intelligence Chatbots in Higher Education: Characteristics and Consequences - MDPI, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.mdpi.com/2227-7102/14/12/1363>
116. Global Evidence on Gender Gaps and Generative AI - Harvard Business School, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.hbs.edu/ris/download.aspx?name=25-023.pdf>
117. Artificial Intelligence: Gender-Specific Differences in Perception, Understanding, and Training Interest - Academic Conferences International, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://papers.academic-conferences.org/index.php/icgr/article/download/2163/2034/7905>
118. (PDF) Gender Differences Regarding the Perception of Artificial Intelligence - ResearchGate, 4월 6, 2025에 액세스,  
[https://www.researchgate.net/publication/339177652\\_Gender\\_Differences\\_Regarding\\_the\\_Perception\\_of\\_Artificial\\_Intelligence](https://www.researchgate.net/publication/339177652_Gender_Differences_Regarding_the_Perception_of_Artificial_Intelligence)
119. Generative AI in Higher Education Assessments: Examining Risk and Tech-Savviness on Student's Adoption - City Research Online, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/34041/8/oc-et-al-2024-generative-ai-in-higher-education-assessments-examining-risk-and-tech-savviness-on-student-s-adoption.pdf>
120. Generative AI in Higher Education Assessments: Examining the Impact of Risk and Tech-Savviness on Students' Adoption - WestminsterResearch, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://westminsterresearch.westminster.ac.uk/item/wx644/generative-ai-in-higher-education-assessments-examining-the-impact-of-risk-and-tech-savviness-on-students-adoption>
121. The Influence of Education and Self-Perceived Tech Savviness on AI Reliance - SURE (Sunderland Repository), 4월 6, 2025에 액세스,  
[https://sure.sunderland.ac.uk/id/eprint/17909/1/csce\\_24\\_final.pdf](https://sure.sunderland.ac.uk/id/eprint/17909/1/csce_24_final.pdf)
122. The Influence of Education and Self-Perceived Tech Savviness on AI Reliance:

- The Role of Trust - ResearchGate, 4월 6, 2025에 액세스,  
[https://www.researchgate.net/profile/Mriganka-Biswas-3/publication/382360398\\_The\\_Influence\\_of\\_Education\\_and\\_Self-Perceived\\_Tech\\_Savviness\\_on\\_AI\\_Reliance\\_The\\_Role\\_of\\_Trust/links/66996d994a172d2988ad3337/The-Influence-of-Education-and-Self-Perceived-Tech-Savviness-on-AI-Reliance-The-Role-of-Trust.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Mriganka-Biswas-3/publication/382360398_The_Influence_of_Education_and_Self-Perceived_Tech_Savviness_on_AI_Reliance_The_Role_of_Trust/links/66996d994a172d2988ad3337/The-Influence-of-Education-and-Self-Perceived-Tech-Savviness-on-AI-Reliance-The-Role-of-Trust.pdf)
123. Survey Highlights an Emerging Divide Over Artificial Intelligence in the U.S., 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://comminfo.rutgers.edu/news/survey-highlights-emerging-divide-over-artificial-intelligence-us>
124. Report: "Survey Highlights an Emerging Divide Over Artificial Intelligence in the U.S.", 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.infodocket.com/2025/02/10/report-survey-highlights-an-emerging-divide-over-artificial-intelligence-in-the-u-s/>
125. Consumer Sentiment Toward AI Evolves, 2025 - Qualtrics XM Institute, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.xminstitute.com/research/consumer-sentiment-ai-evolves-global/>
126. AI Tools: Churn Rate Benchmark & Retention Across Industries - LiveX AI Blogs, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.livex.ai/blog/ai-tools-churn-rate-benchmark-understanding-retention-across-industries>
127. Consumer Attitudes Toward Artificial Intelligence - InRule, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://inrule.com/blog/consumer-attitudes-toward-artificial-intelligence/>
128. What the data says about Americans' views of artificial intelligence - Pew Research Center, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/11/21/what-the-data-says-about-americans-views-of-artificial-intelligence/>
129. Public Attitudes Towards Artificial Intelligence: The Impact of Perceived Threats, Potential Benefits vs. Risks, and Trust, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://journal.esrgroups.org/jes/article/download/7980/5440/14603>
130. An AI avatar tried to argue a case before a New York court. The judges weren't having it - AP News, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://apnews.com/article/artificial-intelligence-ai-courts-nyc-5c97cba3f3757d9ab3c2e5840127f765>
131. Public attitudes towards the use of AI in journalism - Reuters Institute, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/public-attitudes-towards-use-ai-and-journalism>
132. Most news consumers suspicious of AI in journalism, survey shows - Al Jazeera, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.aljazeera.com/economy/2024/6/17/audiences-suspicious-of-ai-being-used-to-create-news-survey-shows>
133. Study finds readers trust news less when AI is involved, even when they don't understand to what extent, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://news.ku.edu/news/article/study-finds-readers-trust-news-less-when-ai-is-involved-even-when-they-dont-understand-to-what-extent>

134. Readers Absolutely Detest AI-Generated News Articles, Research Shows - Futurism, 4월 6, 2025에 액세스, <https://futurism.com/the-byte/readers-detest-ai-generated-news>
135. How do people feel about AI? (2023) - Ada Lovelace Institute, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.adalovelaceinstitute.org/report/public-attitudes-ai/>
136. Curiosity and Concern: Unpacking the Public Perception of AI - Sago, 4월 6, 2025에 액세스, <https://sago.com/en/resources/blog/curiosity-and-concern-unpacking-the-public-perception-of-ai/>
137. AI in Public Perception: Decoding Trends, Unveiling Statistics, and Visualizing Insights, 4월 6, 2025에 액세스, <https://softwareoasis.com/ai-public-perception/>
138. What consumers do and don't want from AI - The World Economic Forum, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.weforum.org/stories/2025/01/ai-consumers-could-vs-should/>
139. DRCF - Case Study: AI and Online Forums: Navigating Data Protection, Online Safety, and Consumer Law in Health Discussion Forums, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.drcf.org.uk/siteassets/drcf/pdf-files/4-drcf-20240830-012-case-study.pdf?v=393097>
140. The AI Forum, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.theaiforum.org/>
141. AI Forum X - Beginner-Friendly AI Discussions about AI Tools & more | XenForo community, 4월 6, 2025에 액세스, <https://xenforo.com/community/threads/ai-forum-x-beginner-friendly-ai-discussions-about-ai-tools-more.228525/>
142. AI and the Consumer Experience: Insights from the AHIP 2024 Digital Health Forum, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.welldoc.com/ai-and-the-consumer-experience-insights-from-the-ahip-2024-digital-health-forum/>
143. Insight of the Day: Consumers View AI-Generated Content Negatively in News, Study Finds, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.insighttrendsworld.com/post/insight-of-the-day-consumers-view-ai-generated-content-negatively-in-news-study-finds>
144. What are the risks and benefits of 'AI agents'? - The World Economic Forum, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.weforum.org/stories/2024/12/ai-agents-risks-artificial-intelligence/>
145. Planning for Extreme AI Risks - AI Alignment Forum, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.alignmentforum.org/posts/8vgi3fBWPFDLBbAx/planning-for-extreme-ai-risks>
146. 2024 Online Forum: Unraveling Generative AI - DZConneX, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.dzconnex.com/events/2024-online-forum-unraveling-generative-ai>
147. Can you guys please explain what are the genuine 'Dangers of AI'? - Reddit, 4월 6, 2025에 액세스, [https://www.reddit.com/r/AskScienceDiscussion/comments/136in7a/can\\_you\\_guys\\_please\\_explain\\_what\\_are\\_the\\_genuine/](https://www.reddit.com/r/AskScienceDiscussion/comments/136in7a/can_you_guys_please_explain_what_are_the_genuine/)
148. Discussion Thread: AI Welfare Debate Week - Effective Altruism Forum, 4월 6,

- 2025에 액세스,  
<https://forum.effectivealtruism.org/posts/Ei6aXHGRl98yPuEdC/discussion-thread-ai-welfare-debate-week>
149. It's still worth blogging in the age of AI - Giles' blog, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.gilesthomas.com/2025/02/blogging-in-the-age-of-ai>
150. Navigating the Ethical Dilemmas of AI | Media and Public Relations | Baylor University, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://news.web.baylor.edu/news/story/2025/navigating-ethical-dilemmas-ai>
151. Artificial Intelligence in Journalism - Center for News, Technology & Innovation, 4월 6, 2025에 액세스, <https://innovating.news/article/ai-in-journalism/>
152. Incorporating AI impacts in BLS employment projections: occupational case studies, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.bls.gov/opub/mlr/2025/article/incorporating-ai-impacts-in-bls-employment-projections.htm>
153. The Role of AI in Social Media Sentiment Analysis for Telecom - Hinduja Global Solutions, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://hgs.cx/blog/the-role-of-ai-in-social-media-sentiment-analysis-for-telecom/>
154. Using AI for Customer Sentiment Analysis in Social Media Marketing - Talonic, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.talonic.com/blog/using-ai-for-customer-sentiment-analysis-in-social-media-marketing>
155. (PDF) Sentiment Analysis of Social Media Using Artificial Intelligence - ResearchGate, 4월 6, 2025에 액세스,  
[https://www.researchgate.net/publication/377319680\\_Sentiment\\_Analysis\\_of\\_Social\\_Media\\_Using\\_Artificial\\_Intelligence](https://www.researchgate.net/publication/377319680_Sentiment_Analysis_of_Social_Media_Using_Artificial_Intelligence)
156. 1. Artificial intelligence in daily life: Views and experiences - Pew Research Center, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.pewresearch.org/2025/04/03/artificial-intelligence-in-daily-life-views-and-experiences/>
157. Social Media Sentiment Analysis: The Rise of AI - Alterna CX, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://alternacx.com/blog/social-media-sentiment-analysis-the-rise-of-ai/>
158. From Support to Strategy: How AI Is Pushing Online Communities to Evolve Into Industry Knowledge Hubs - Higher Logic Vanilla, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://vanilla.higherlogic.com/blog/ai-online-support-community/>
159. AI in Customer Service : General Discussion Forums | Product Hunt, 4월 6, 2025에 액세스, <https://www.producthunt.com/p/general/ai-in-customer-service>
160. Counter intelligence: using AI to improve the customer experience - TM Forum Inform, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://inform.tmforum.org/webinars-and-podcasts/webinars/counter-intelligence-using-ai-to-improve-the-customer-experience>
161. Customer Experience AI Bot online discussion forum - Your Voice West Sussex, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://yourvoice.westsussex.gov.uk/customer-experience-ai-bot-test-user-group>

- p
162. 5 Creative Ways To Use AI For Sentiment Analysis - Lumoa, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.lumoa.me/blog/5-creative-ways-to-use-ai-for-sentiment-analysis/>
  163. Discover Sentiment Analysis with Product Review Data (2025 UPDATED) - Debutify, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://debutify.com/blog/sentiment-analysis-using-product-review-data>
  164. Sentiment Analysis of Product Reviews Using Machine Learning and Pre-Trained LLM, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.mdpi.com/2504-2289/8/12/199>
  165. Decoding Consumer Reviews with AI and Sentiment Analysis - EzyThemes, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://ezythemes.com/decoding-consumer-reviews-ai-sentiment-analysis/>
  166. Sentiment Analysis of Product Reviews Using Deep Learning and Transformer Models: A Comparative Study - ResearchGate, 4월 6, 2025에 액세스,  
[https://www.researchgate.net/publication/378543502\\_Sentiment\\_Analysis\\_of\\_Product\\_Reviews\\_Using\\_Deep\\_Learning\\_and\\_Transformer\\_Models\\_A\\_Comparative\\_Study](https://www.researchgate.net/publication/378543502_Sentiment_Analysis_of_Product_Reviews_Using_Deep_Learning_and_Transformer_Models_A_Comparative_Study)
  167. Opinion Mining: Extracting Valuable Insights from Customer Feedback, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.zonkafeedback.com/blog/opinion-mining-from-customer-feedback>
  168. AI Techniques for Effective Public Opinion Tracking - Political Marketing, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://politicalmarketer.com/ai-techniques-for-effective-public-opinion-tracking/>
  169. AI-Powered Sentiment Analysis: Understanding Public Opinion - RapidCanvas, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.rapidcanvas.ai/blogs/ai-powered-sentiment-analysis-understanding-public-opinion>
  170. Why Opinion Mining Matters in the Marketing World - Epic Web Studios, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.epicwebstudios.com/blog/why-opinion-mining-matters-in-the-marketing-world>
  171. Shedding Light on Shadow AI in State and Local Government: Risks and Remedies, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://statetechmagazine.com/article/2025/02/shedding-light-shadow-ai-state-and-local-government-risks-and-remedies>
  172. How To Start Using AI-Powered Sentiment Analysis - Thematic, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://getthematic.com/insights/using-ai-sentiment-analysis/>
  173. Mastering Marketing Strategy With AI-Powered Sentiment Analysis - CMS Wire, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.cmswire.com/digital-marketing/mastering-marketing-strategy-with-ai-powered-sentiment-analysis/>
  174. NEW research on customer perception of AI in marketing | Click Consult, 4월 6, 2025에 액세스,

- <https://www.click.co.uk/insights/new-research-on-customer-perception-of-ai-in-marketing/>
175. AI Customer Feedback Analysis: A Complete Guide | Execs In The Know, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://execsintheknow.com/ai-customer-feedback-analysis-a-complete-guide/>
  176. AI summaries vs. Text Analytics: how to use both in customer feedback - Forsta, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.forsta.com/blog/ai-summaries-vs-text-analytics/>
  177. A review of AI blog writing - Engage Digital Media, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://engagedm.co.uk/2024/02/21/review-of-ai-blog-writing/>
  178. The Ultimate Guide to AI Feedback Analysis - Zeda.io, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://zeda.io/blog/ai-feedback-analysis>
  179. Future of AI in Customer Engagement Strategies - SG Analytics, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.sganalytics.com/blog/future-of-AI-in-customer-engagement-strategies/>
  180. hgs.cx, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://hgs.cx/blog/the-role-of-ai-in-social-media-sentiment-analysis-for-telecom/#::~:~:text=Sentiment%20analysis%20through%20AI%20empowers,concerns%2C%20thereby%20enhancing%20customer%20support.>
  181. AI adoption improves customer satisfaction scores for leading brands - KPMG International, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://kpmg.com/uk/en/media/press-releases/2024/11/ai-adoption-improves-customer-satisfaction-scores.html>
  182. How AI Will Transform Customer Satisfaction in the Future - Delegate, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://delegate.team/how-ai-will-transform-customer-satisfaction-in-the-future/>
  183. 5 Key Metrics to Measure AI Customer Service Success - Dialzara, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://dialzara.com/blog/5-key-metrics-to-measure-ai-customer-service-success/>
  184. The AI Revolution in Customer Experience : Lead or Lag Behind - Webex Blog, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://blog.webex.com/innovation-ai/ai-revolution-in-customer-experience-leading-or-lagging-behind-competition/>
  185. The effect of AI in fostering customer loyalty through efficiency and satisfaction, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://acr-journal.com/article/the-effect-of-ai-in-fostering-customer-loyalty-through-efficiency-and-satisfaction-908/>
  186. 25 stats about AI in customer experience that show how consumers really feel - SurveyMonkey, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.surveymonkey.com/curiosity/25-stats-about-ai-in-customer-experience-that-show-how-consumers-really-feel/>
  187. Full article: The power of AI: enhancing customer loyalty through satisfaction



- and efficiency, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2024.2326107>
188. The power of AI: enhancing customer loyalty through satisfaction and efficiency, 4월 6, 2025에 액세스,  
[https://www.researchgate.net/publication/379291965\\_The\\_power\\_of\\_AI\\_enhancing\\_customer\\_loyalty\\_through\\_satisfaction\\_and\\_efficiency](https://www.researchgate.net/publication/379291965_The_power_of_AI_enhancing_customer_loyalty_through_satisfaction_and_efficiency)
189. AI in Customer Service Statistics [January 2025] - Master of Code, 4월 6, 2025에 액세스, <https://masterofcode.com/blog/ai-in-customer-service-statistics>
190. (PDF) Artificial intelligence-driven customer service: Enhancing personalization, loyalty, and customer satisfaction - ResearchGate, 4월 6, 2025에 액세스,  
[https://www.researchgate.net/publication/385746266\\_Artificial\\_intelligence-driven\\_customer\\_service\\_Enhancing\\_personalization\\_loyalty\\_and\\_customer\\_satisfaction](https://www.researchgate.net/publication/385746266_Artificial_intelligence-driven_customer_service_Enhancing_personalization_loyalty_and_customer_satisfaction)
191. AI in Customer Experience: Trends to Watch in 2024 - CMS Wire, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.cmswire.com/customer-experience/ai-in-customer-experience-trends-to-watch-in-2024/>
192. How Artificial Intelligence is Changing Customer Expectations with Laura Burgess, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://hyken.medium.com/how-artificial-intelligence-is-changing-customer-expectations-with-laura-burgess-8a5ed6f29355>
193. Enhancing Brand Loyalty with AI Customer Retention Strategies - Dragonfly AI, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://dragonflyai.co/resources/blog/enhancing-brand-loyalty-with-ai-powered-customer-retention-strategies>
194. Boosting Customer Retention with AI-Driven Product Recommendations, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.aeologic.com/blog/boosting-customer-retention-with-ai-driven-product-recommendations/>
195. AI-Driven Personalization: Impact on Consumer Trust and Purchase Behaviour - ijrpr, 4월 6, 2025에 액세스, <https://ijrpr.com/uploads/V6ISSUE1/IJRPR38190.pdf>
196. Consumer Channel Preferences, 2024 - XM Institute - Qualtrics, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.qualtrics.com/research/global-consumer-employee-attitude-ai/>
197. AI in Customer Service: Revolutionizing Digital Retail | American Public University, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.apu.apus.edu/area-of-study/business-and-management/resources/ai-in-customer-service/>
198. Managing Modern Customer Expectations with AI - Contact Center Pipeline, 4월 6, 2025에 액세스,  
<https://www.contactcenterpipeline.com/Article/managing-modern-customer-expectations-with-ai>
199. Future of AI in Customer Service: Its Impact beyond 2025 - DevRev, 4월 6, 2025에 액세스, <https://devrev.ai/blog/future-of-ai-in-customer-service>

200. Reimagining Customer Experience in the Age of AI | Adobe Blog, 4월 6, 2025에  
엑세스,  
<https://blog.adobe.com/en/publish/2024/03/26/reimagining-customer-experience-age-ai>