

**ANALISIS PENGARUH IKLAN YANG
DIPERSONALISASI PADA SIKAP TERHADAP
IKLAN DAN RASIO JUMLAH KLIK DENGAN
KEKHAWATIRAN PRIVASI SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

**(Studi pada Pengguna Kartu Provider AXIS di
Kota Semarang)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

SITI NURHIDAYAH

NIM. 12010120130213

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024