

PENGARUH *REAL TIME PERSONALIZATION* DAN *AI DRIVEN RECOMMENDATION SYSTEM* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA PLATFORM E-COMMERCE DENGAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi pada Pengguna Shopee di Kota Semarang)



SKRIPSI

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

FEB UNDIP

Disusun oleh:

AULIA KHALISTASANI ASTUNGKARA GUSRIN
NIM. 12010122140349

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026