

**PERAN *UI/UX* DALAM MEMEDIASI
PENGARUH *AI PERSONALIZATION*, *VIRAL
MARKETING*, DAN *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
(Pendekatan TPB Pada Pengguna Netflix di Semarang)**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

MUHAMMAD FAUZAN DWIARISTA

NIM : 12010122130181

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2026