

PENGARUH *AD PERSONALIZATION* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*: PERAN MEDIASI *PERCEIVED INFORMATIVENESS, RELEVANCE, DAN INTRUSIVENESS* DENGAN MODERASI *PRIVACY CONCERN*
(Kasus Pada Pengguna Tiktok)

Oleh

Lutfia Tuzzahro

NIM 223402341

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada
Program Studi Manajemen

Tasikmalaya, 17 Juni 2026

Pembimbing I

Pembimbing II


R. Lucky Radi Rinandiyana., S.E., M.Si.
NIDN. 0410047901


Andina Eka Mandasari., S.Si., M.M.
NIDN. 0010018404

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Jurusan Manajemen


Dr. H. Ade Komaludin, S.E., M.Sc.
NIDN. 0420096201


R. Lucky Radi Rinandiyana., S.E., M.Si.
NIDN. 0410047901