

**PENGARUH *PERCEIVED PERSONALIZATION*  
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN  
*PERCEIVED TRUST* DAN *PERCEIVED USEFULNESS*  
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

**(Studi pada Konsumen Wardah Pengguna *AI Personal Color* di Semarang)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**AISYA AMALIA ARSONO**

**12010122120018**

AN JUDUL

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2026**