# PENGARUH *HYPER-PERSONALIZATION ARTIFICIAL INTELLIGENCE* (AI) DAN *SOCIAL PROOF* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN PLATFORM TIKTOK SHOP DI KOTA BANDUNG

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Disusun Oleh:
**Mustika Kasturi**
1229240177

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG**
**2026 M/448 H**