

**PENGARUH *AI-PERSONALIZED RECOMMENDATION*, *AI CHATBOT SERVICE*, DAN *AR VIRTUAL TRY-ON* TERHADAP *PURCHASE DECISION* GENERASI Z PADA PLATFORM *E-COMMERCE SHOPEE* DI
KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

KHOLIN GIO FAREL

22012010003 / FEB / EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

SURABAYA

2026

**PENGARUH AI-PERSONALIZED RECOMMENDATION, AI CHATBOT
SERVICE, DAN AR VIRTUAL TRY-ON TERHADAP PURCHASE
DECISION GENERASI Z PADA PLATFORM E-COMMERCE SHOPEE DI
KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh:

KHOLIN GIO FAREL

22012010003 / FEB / EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA**

2026

SKRIPSI

**PENGARUH AI-PERSONALIZED RECOMMENDATION, AI CHATBOT
SERVICE, DAN AR VIRTUAL TRY-ON TERHADAP PURCHASE
DECISION GENERASI Z PADA PLATFORM E-COMMERCE SHOPEE DI
KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh:

KHOLIN GIO FAREL

22012010003 / FEB / EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada tanggal: 7 Juli 2026

**Menyetujui
Dosen Pembimbing**

**Koordinator Program Studi
Manajemen**

Ugy Soebiyantoro, S.E., M.M.
NIP. 196708182021211001

Prof. Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.
NIPPPK. 196901132021212003

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Dr. Dra. Tri Kartika Pertiwi, M.M., CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kholin Gio Farel

NPM : 22012010003

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiasi pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 7 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan



Kholin Gio Farel

NPM. 22012010003

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Adapun judul skripsi ini adalah "*Pengaruh AI-Personalized Recommendation, AI Chatbot Service, dan AR Virtual Try On terhadap Purchase Decision Generasi Z pada Platform E-Commerce Shopee di Kota Surabaya.*"

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menjalani kehidupan dengan penuh keyakinan.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
5. Ugy Soebiantoro, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta pelayanan kepada penulis selama menempuh studi.

7. Bapak Ir. H. Joko Widodo selaku penggagas Program Beasiswa Pendidikan Indonesia Asrama Mahasiswa Nusantara (AMN) yang telah membuka kesempatan bagi penulis untuk memperoleh akses pendidikan tinggi melalui beasiswa. Tanpa adanya beasiswa tersebut, penulis mungkin tidak akan mampu melanjutkan studi hingga akhir.
8. Kepada kedua orang tua, almarhumah ibu yang rohnya selalu memeluk penulis sejak kecil, serta bapak yang berjuang sendiri dengan lantunan doa tiada henti di setiap sepertiga malam. Keduanya adalah sumber dari segala kekuatan, sehingga penulis mampu menyelesaikan proses studi dengan penuh keberanian.
9. Kepada saudara saudari penulis, pendidik terhebat sejak kecil yang tulus berkorban di antaranya rela berhenti kuliah dan bekerja demi penulis supaya mampu meraih cita-citanya. Sebuah janji bahwa penulis akan bersungguh-sungguh dalam proses studi telah penulis wujudkan.
10. Sukma Puji Lestari, perempuan yang berperan penting dalam setiap perjuangan penulis selama proses studi. Terima kasih telah menjadi penenang di tengah keraguan, pemberi nasihat ketika kehilangan arah, serta pengingat bahwa setiap mimpi selalu berawal dari proses, bukan hanya dari ambisi. Kehadirannya menjadi sumber semangat. Semoga segala kebaikan dan kesabarannya senantiasa dibalas dengan kebahagiaan dalam setiap langkah kehidupannya.
11. Kedua orang tua, Bapak, Ibu, serta adik-adik Sukma Puji Lestari yang senantiasa memberikan kepercayaan, dukungan, dan apresiasi kepada penulis selama proses studi.
12. Teman-teman Tim Pekan Kreativitas Mahasiswa – Penerapan Iptek (PKM-PI) UPNVJT, terima kasih atas setiap perjuangan, kebersamaan, dan kenangan hingga berhasil meraih medali perak pada Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional (PIMNAS) Tahun 2024 dan medali perunggu pada PIMNAS Tahun 2025.
13. Para kakak tingkat yang senantiasa memberikan kesempatan serta arahan kepada penulis saat mengikuti berbagai kompetisi selama masa studi.

14. Kholin Gio Farel, terima kasih telah bertahan, terus berusaha menjadi pribadi yang lebih baik, serta bertanggung jawab hingga mampu menyelesaikan perjalanan studi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan perbaikan pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 7 Juli 2026

Kholin Gio Farel

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 <i>Theory of Stimulus-Organism-Response (S-O-R)</i>	19
2.2.2 <i>AI-Personalized Recommendation</i>	20
2.2.2.1 Pengertian.....	20
2.2.2.2 Faktor yang Memengaruhi	22
2.2.2.3 Indikator <i>AI-Personalized Recommendation</i>	24
2.2.3 <i>AI Chatbot Service</i>	25
2.2.3.1 Pengertian.....	25
2.2.3.2 Faktor yang Memengaruhi	27
2.2.3.3 Indikator <i>AI Chatbot Service</i>	29
2.2.4 <i>AR Virtual Try-On</i>	30
2.2.4.1 Pengertian.....	30
2.2.4.2 Faktor yang Memengaruhi	32
2.2.4.3 Indikator <i>AR Virtual Try-On</i>	34

2.2.5 <i>Purchase Decision</i>	36
2.2.5.1 Pengertian.....	36
2.2.5.2 Faktor yang Memengaruhi	38
2.2.5.3 Indikator <i>Purchase Decision</i>	40
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	41
2.3.1 <i>AI-Personalized Recommendation</i> dengan <i>Purchase Decision</i>	41
2.3.2 <i>AI Chatbot Service</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	43
2.3.3 <i>AR Virtual Try-On</i> dengan <i>Purchase Decision</i>	44
2.4 Kerangka Konseptual	46
2.5 Hipotesis	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	48
3.1.1 Operasional	48
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	52
3.2 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel.....	53
3.2.1 Populasi.....	53
3.2.2 Sampel	54
3.3 Teknik Pengumpulan Data	55
3.3.1 Data Primer.....	55
3.4 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	55
3.4.1 Teknik Analisis	55
3.4.2 Cara Kerja PLS	57
3.4.3 Model Spesifikasi PLS.....	57
3.4.4 Langkah-Langkah PLS	58
3.4.5 Asumsi PLS	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	68
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	69
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden.....	69

4.2.2 Deskripsi Variabel	72
4.2.2.1 Deskripsi Variabel <i>AI-Personalized Recommendation</i> (X1)	72
4.2.2.2 Deskripsi Variabel <i>AI Chatbot Service</i> (X2).....	75
4.2.2.3 Deskripsi Variabel <i>AR Virtual Try-On</i> (X3)	77
4.2.2.4 Deskripsi Variabel <i>Purchase Decision</i> (Y).....	79
4.3 Analisa dan pengujian Hipotesis	81
4.3.1 Evaluasi <i>Outlier</i>	81
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS	82
4.3.2.1 <i>Outer Model</i>	82
4.3.2.2 Gambar <i>Outer Model</i>	89
4.3.2.3 <i>Inner Model</i>	89
4.3.2.4 Pengujian Hipotesis.....	91
4.3.2.5 Gambar <i>Inner Model</i>	93
4.4 Pembahasan	93
4.4.1 Pengaruh <i>AI-Personalized Recommendation</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	93
4.4.2 Pengaruh <i>AI Chatbot Service</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	95
4.4.3 Pengaruh <i>AR Virtual Try-On</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja di Shopee ...	71
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel <i>AI-Personalized Recommendation</i> (X1)	73
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel <i>AI Chatbot Service</i> (X2).....	75
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel <i>AR Virtual Try-On</i> (X3)	77
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel <i>Purchase Decision</i> (Y).....	79
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Outlier</i>	82
Tabel 4. 9 <i>Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)</i>	83
Tabel 4. 10 <i>Cross Loading</i>	85
Tabel 4. 11 AVE	86
Tabel 4. 12 <i>Composite Reliability</i>	87
Tabel 4. 13 <i>Latent Variable Correlations</i>	88
Tabel 4. 14 <i>R-Square</i>	90
Tabel 4. 15 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perbandingan Pangsa Pasar GMV <i>E-commerce</i> Nasional	2
Gambar 1. 2 Visualisasi Pengalaman Pengguna	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian	46
Gambar 3. 1 Langkah-Langkah Analisis PLS.....	58
Gambar 3. 2 Diagram Jalur Penelitian untuk PLS	59
Gambar 4. 1 <i>Outer Model</i>	89
Gambar 4. 2 <i>Inner Model</i>	93

**PENGARUH *AI-PERSONALIZED RECOMMENDATION*, *AI CHATBOT SERVICE*, DAN *AR VIRTUAL TRY-ON* TERHADAP *PURCHASE DECISION* GENERASI Z PADA PLATFORM *E-COMMERCE SHOPEE* DI
KOTA SURABAYA**

Kholin Gio Farel

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

22012010003@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dan *Augmented Reality* (AR) telah mendorong platform *e-commerce* untuk memberikan berbagai fitur yang dapat membantu konsumen dalam proses belanja. Shopee adalah salah satu platform *e-commerce* yang telah memanfaatkan AI dan AR dalam fitur *AI-personalized recommendation*, *AI chatbot service*, dan *AR virtual try-on* untuk memberikan rekomendasi produk, layanan responsif, serta pengalaman mencoba produk secara virtual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah penggunaan fitur *AI-personalized recommendation*, *AI chatbot service*, dan *AR virtual try-on* berpengaruh terhadap *purchase decision* Generasi Z pada platform *e-commerce* Shopee di Kota Surabaya.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 112 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *AI-personalized recommendation*, *AI chatbot service*, dan *AR virtual try-on* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* Generasi Z pada platform *e-commerce* Shopee di Kota Surabaya. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan fitur berbasis AI dan AR dapat meningkatkan keyakinan konsumen sehingga mendorong terjadinya keputusan pembelian.

Kata Kunci: *AI-Personalized Recommendation*, *AI Chatbot Service*, *AR Virtual Try-On*, *Purchase Decision*.

**THE INFLUENCE OF AI-PERSONALIZED RECOMMENDATION, AI
CHATBOT SERVICE, AND AR VIRTUAL TRY-ON ON GENERATION
Z'S PURCHASE DECISIONS ON THE SHOPEE E-COMMERCE
PLATFORM IN SURABAYA**

Kholin Gio Farel

Management Study Program

Faculty of Economics and Business

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

22012010003@student.upnjatim.ac.id

ABSTRACT

The development of Artificial Intelligence (AI) and Augmented Reality (AR) technologies has encouraged e-commerce platforms to introduce various features that support consumers throughout the online shopping process. Shopee is one of the e-commerce platforms that has integrated AI and AR through features such as AI-personalized recommendations, AI chatbot services, and AR virtual try-on to provide personalized product recommendations, responsive customer service, and virtual product trial experiences. This study aims to examine the influence of AI-personalized recommendations, AI chatbot services, and AR virtual try-on on the purchase decisions of Generation Z consumers using the Shopee e-commerce platform in Surabaya City.

This research employed a quantitative approach using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The study involved 112 respondents selected through purposive sampling. The findings reveal that AI-personalized recommendations, AI chatbot services, and AR virtual try-on each have a positive and significant effect on the purchase decisions of Generation Z consumers on the Shopee e-commerce platform in Surabaya City. These findings indicate that the implementation of AI- and AR-based features enhances consumers' confidence, thereby encouraging purchase decisions.

Keywords: AI-Personalized Recommendation, AI Chatbot Service, AR Virtual Try-On, Purchase Decision.