

**PENGARUH *VIRAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE SKINTIFIC* BERBASIS APLIKASI  
TIK-TOK**

**(Studi Kasus *Followers* Kanal TikTok Skintific)**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**SHIYATI SHAFILINA**

**NIM. 153190048**

**Diajukan**

**Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

**Pada Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**YOGYAKARTA**

**2023**