

**STRATEGI *PERSONAL SELLING* TIKTOK *AFFILIATOR* TERHADAP
IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR PRODUK *SKINCARE* MELALUI *LIVE*
TIKTOK**

(Studi Kasus Pada Akun Tiktok @Maharajasp8)

SKRIPSI



Oleh

Vidyadari Anjelita

NIM. 153190001

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