

**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**