

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL TIKTOK

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK

SKINTIFIC

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh:

NAMA : MAYA RIZKY ANJANI

NPM : 01045200076



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN JARAK JAUH ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
TANGERANG
2024**

