

**ANALISIS PENGARUH *AUTHENTICITY OF CONTENT*,
SOCIAL PROOF, *INFLUENCER-CONSUMER PARASOCIAL
RELATIONSHIP*, *TIKTOK ALGORITHMIC EXPOSURE*, DAN
PERCEIVED ENTERTAINMENT VALUE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE SKINTIFIC*
DI TIKTOK SHOP**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

SHOFFAL BUDAIRIIE
NIM. 12010122140217

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026**