

***OVERTRUST* PADA IKLAN TIKTOK DALAM PEMBELIAN
PRODUK KECANTIKAN TANPA MEMPERHATIKAN
KUALITAS: STUDI KASUS PADA GENERASI Z**

SKRIPSI



Oleh:

**PUTRI SAFIRA
NIM: 220240091**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
2026**