

**ANALISIS PENGARUH CONTENT
MARKETING, INFLUENCER, DAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI
KUANTITATIF PADA PENGGUNA
INSTAGRAM DAN TIKTOK DI KOTA
MAGELANG)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

REZA NUR SHADRINA
NIM. 12010118120062

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022**