

**EFEKTIVITAS PROMOSI MENGGUNAKAN  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MELALUI  
KONSEP AIDA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK CHEERISH DAY  
(Studi pada Produk *Unofficial Merchandise*  
Cheerish Day)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**AFIFA HASNA KAMILA**

**NIM. 12010119130119**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2024**