

**ANALISIS PENGARUH *INFLUENCER*
MARKETING, SOCIAL MEDIA MARKETING,
DAN CONTENT MARKETING DI INSTAGRAM
TERHADAP PURCHASE DECISION
(Studi Pada Konsumen Sepatu Casual Nike
di Kota Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

M. ZAIDAN ALVIANSYAH JUNIHARTO

NIM. 12010120140191

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2024