

**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**