

**ANALISIS PENGARUH KONTEN PROMOSI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERSEPSI BRAND
DAN NIAT BELI KONSUMEN: STUDI KASUS USAHA
HIJAB FARIL**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

FARAH ILAINA

12010118140299

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**