ANALISIS PENGARUH KONTEN PENGIKLANAN DI MEDIA SOSIAL DAN KONTEN PROMOSI PENJUALAN DI MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BERPERILAKU PADA UMKM DENGAN SIKAP TERHADAP AKUN BISNIS DI INSTAGRAM SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Kasus Pada Konsumen dan Pengikut Akun Bisnis Instagram UMKM Leker Mania Ungaran)

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

ALDHI DWI PRASETIA
NIM. 12010116120021

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2020