

**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**