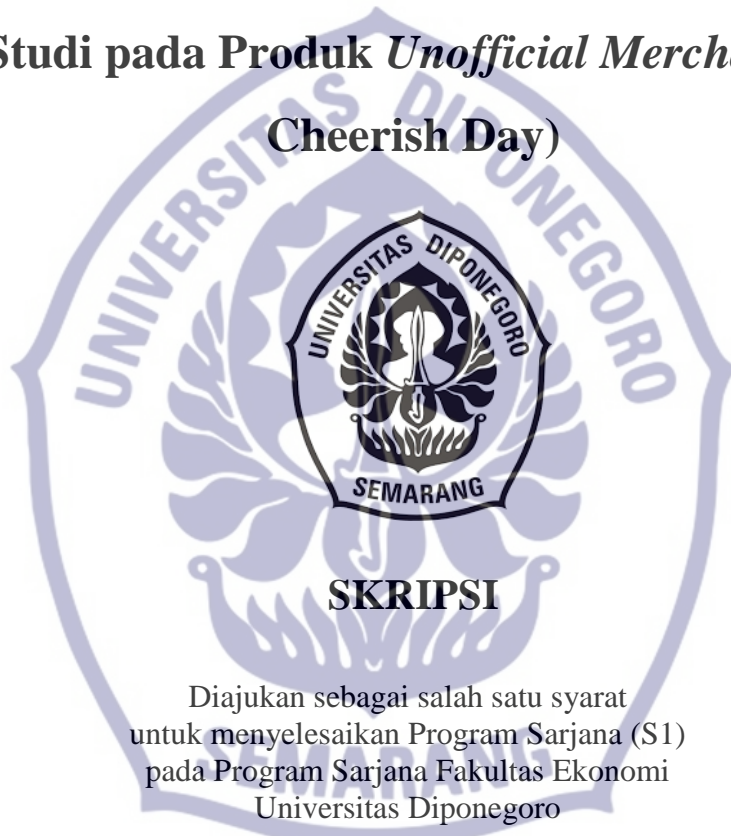


**EFEKTIVITAS PROMOSI MENGGUNAKAN
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MELALUI
KONSEP AIDA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK CHEERISH DAY
(Studi pada Produk *Unofficial Merchandise*
Cheerish Day)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

AFIFA HASNA KAMILA

NIM. 12010119130119

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024**