

**ANALISIS ELEMEN *CONTENT CREATION*, *CONTENT SHARING*, *CONNECTING* DAN *COMMUNITY BUILDING*
MELALUI INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PLAZA MBAKO
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas
Diponegoro Semarang)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Bonifasius Cahya Audyano
NIM. 12010118130302

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**