

**ANALISIS PENGARUH CONTENT  
MARKETING, INFLUENCER, DAN MEDIA  
SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN ( STUDI  
KUANTITATIF PADA PENGGUNA  
INSTAGRAM DAN TIKTOK DI KOTA  
MAGELANG)**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**REZA NUR SHADRINA  
NIM. 12010118120062**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2022**