



Content Marketing, E-Brand Experience, dan Brand Image pada Konten TikTok Tokopedia terhadap Brand Loyalty Generasi Z

Content Marketing, E-Brand Experience, and Brand Image on TikTok Tokopedia Content on Brand Loyalty Among Generation Z

Rizqy Mutawakkil Ngalalloh
222010200221

Dosen Pembimbing
Alshaf Pebrianggara, SE. MM.

Dosen Penguji
Rizky Eka Febriansyah, S.m.b., M.SM.

Dosen Penguji
Dewi Komala Sari, SE., MM.

**Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Juni, 2026**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Content Marketing, E-Brand Experience, dan Brand Image pada Konten
TikTok Tokopedia terhadap brand loyalty
Nama Mahasiswa : Rizqy Mutawakkil Ngalalloh
NIM : 222010200221

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing
(Alshaf Pebrianggara, SE., MM.)
NIDN. 0701029103

Dosen Penguji 1
(Rizky Eka Febriansyah, S.Mb., M.SM.)
NIDN. 0723048506

Dosen Penguji 2
(Dewi Komala Sari, SE., MM)
NIDN. 0729097701

Diketahui oleh

Ketua Program Studi
(Mochamad Rizal Yulianto, SE., MM.)
NIK. 207303

Dekan
(Dr. Poppy Febriana, S.sos., M.Med.Kom)
NIK. 211427



Tanggal Ujian
(24/06/2026)

Tanggal Lulus
(24/06/2026)

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	2
I. PENDAHULUAN.....	4
II METODE	8
III.Hasil Dan Pembahasan	9
IV.KESIMPULAN	16

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama Mahasiswa : Rizqy Mutawakkil Ngalalloh
NIM : 222010200221
Program Studi : Manajemen
Fakultas : FBHIS

DAN

Dosen Pembimbing : Alshaf Pebrianggara, SE., MM.
NIDN : 0701029103
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : FBHIS

MENYATAKAN bahwa, karya tulis ilmiah dengan rincian:

Judul : Content Marketing, E-Brand Experience, dan Brand Image pada Konten
TikTok Tokopedia terhadap Brand Loyalty Generasi Z

Kata Kunci : Content Marketing; E-Brand Experience; Brand Image; Brand Loyalty

TELAH:

1. Disesuaikan dengan petunjuk penulisan di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Berdasarkan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah Mahasiswa.
2. Lolos uji cek kesamaan sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

SERTA*:

☐ **Bertanggung jawab untuk** melakukan publikasi karya tulis ilmiah tersebut ke jurnal ilmiah/prosiding sesuai ketentuan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah. Khususnya Lampiran Huruf B.

☒ **Menyerahkan tanggung jawab untuk** melakukan publikasi karya tulis ilmiah tersebut ke jurnal ilmiah/prosiding sesuai ketentuan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah khususnya Lampiran Huruf B kepada Bidang Pengembangan Publikasi Ilmiah DRPM UMSIDA.

Demikian pernyataan dari saya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Terima Kasih

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



(Alshaf Pebrianggara, SE., MM.)
NIDN. 0701029103

Sidoarjo, (16/07/2026)
Mahasiswa



(Rizqy Mutawakkil Ngalalloh)
NIM. 222010200221

*Centang salah satu.

**PERNYATAAN MENGENAI KARYA TULIS ILMIAH DAN SUMBER INFORMASI SERTA
PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis ilmiah tugas akhir saya dengan judul "**Content Marketing, E-Brand Experience, dan Brand Image pada Konten TikTok Tokopedia terhadap Brand Loyalty Generasi Z**" adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir karya tulis ilmiah tugas akhir saya ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Sidoarjo, 16 juli 2026



Rizqy Mutawakkil Ngalalloh
NIM. 222010200221