



**PERKEMBANGAN *LIFESTYLE*, *BRAND AWARENESS* DAN *SOSIAL MEDIA*  
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND ERIGO**

***DEVELOPMENT OF LIFESTYLE, BRAND AWARENESS AND SOCIAL MEDIA*  
*MARKETING ON ERIGO BRAND PURCHASE DECISIONS***

Dwi Mega Aprilia  
192010200149

Dosen Pembimbing  
Herlinda Maya Kumala Sari, SE., MM

Dosen Penguji  
Dr. Rita Ambarwati Sukmono, SE., M MT  
Dra. Lilik Indrayani, MM

**Program Studi Manajemen  
Fakultas Bisnis, Hukum, Dan Ilmu Sosial  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
Februari, 2024**

## LEMBAR PEGESAHAN

Judul : Perkembangan Lifestyle, Brand Awareness Dan Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Brand Erigo  
Nama Mahasiswa : Dwi Mega Aprilia  
NIM : 192010200149

**Dosen Pembimbing**  
(Herlinda Maya Kumala Sari, S.E., M.M.)

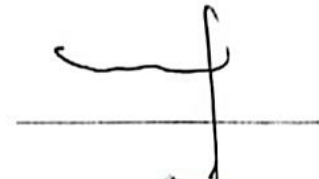
Disetujui oleh



**Dosen Penguji 1**  
( Dr. Rita Ambarwati Sukmono, SE., M.MT)



**Dosen Penguji 2**  
(Dra. Lilik Indrayani, MM)



Diketahui oleh

**Ketua Program Studi**  
Dr. Vera Firdaus, S.Psi., MM  
NIDN. 0715067304



**Dekan**  
Poppy Febriana, S.SOS. MED.KOM  
NIDN. 0711028001



Tanggal ujian

(tgl pelaksanaan ujian/01/02)2024

tanggal lulus  
(tgl ditandatangani dekan/02/02)2024

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH .....	iv
PERNYATAAN MENGENAI KARYA TULIS ILMIAH DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA .....	v
<i>Abstract</i> .....	1
Abstrak .....	1
I. Pendahuluan.....	1
II. Metode.....	4
III. Hasil Dan Pembahasan .....	5
IV. Kesimpulan.....	13
Referensi.....	14

## SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama Mahasiswa : Dwi Mega Aprilia  
NIM : 192010200149  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial

### DAN

Dosen Pembimbing : Herlinda Maya Kumala Sari, SE., MM.  
NIK/NIP : 0725109002  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial

**MENYATAKAN** bahwa, karya tulis ilmiah dengan rincian:

Judul : Perkembangan Lifestyle, Brand Awareness dan Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Brand Erigo

Kata Kunci : Lifestyle, Brand Awareness, Sosial Media Marketing dan Keputusan Pembelian

### 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\*:

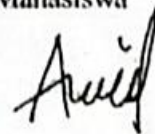
- Bertanggung jawab untuk melakukan publikasi karya tulis ilmiah tersebut ke jurnal ilmiah/prosiding sesuai ketentuan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah. Khususnya Lampiran Huruf B.
- Menyerahkan tanggung jawab untuk melakukan publikasi karya tulis ilmiah tersebut ke jurnal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

(Herlinda Maya Kumala Sari, SE., MM.)  
NIDN. 0725109002

Sidoarjo, (07/02/2024)  
Mahasiswa



(Dwi Mega Aprilia)  
NIM. 192010200149

\*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 **“Perkembangan Lifestyle, Brand Awareness dan Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Brand Erigo”** 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, 07 Februari 2024



Dwi Mega Aprilia  
NIM. 192010200149