



Pengaruh Brand Image, Social media marketing dan Perceived quality terhadap keputusan pembelian parfume HMNS di Sidoarjo

The Influence of Brand Image, Social Media Marketing and Perceived Quality on Purchasing Decisions of HMNS Perfume in Sidoarjo

Gusti Elang Ferry Irawan
212010200033

Dosen Pembimbing
Dewi Komala Sari, SE.,M.M

Dosen Penguji 1
Rizky Eka Febriansah, S.Mb., M.SM

Dosen Penguji 2
Mas Oetarjo, SE. MM. BKP

**Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Agustus, 2025**

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI 3

I.PENDAHULUAN 4

 Pertanyaan Penelitian 6

 Rumusan Masalah 6

 Kategori SDGs 6

II. LITERATUR REVIEW 7

 Keputusan Pembelian 7

 Brand Image 7

 Social Media Marketing 7

 Perceived Quality 8

III. METODE 9

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN 10

V. KESIMPULAN 14

DAFTAR PUSTAKA 16

LEMBAR PENGESAHAN

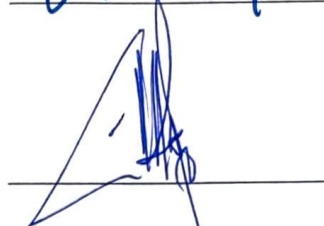
Judul : Pengaruh Brand Image, Social Media Marketing dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Parfume HMNS di Sidoarjo.
Nama Mahasiswa : Gusti Elang Ferry Irawan
NIM : 212010200033

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing
Dewi Komala Sari, SE., M.M
NIDN. 0729097701



Dosen Penguji 1
Rizky Eka Febriansah, S.Mb., M.SM
NIDN: 0705028802



Dosen Penguji 2
Mas Oetarjo, SE. MM. BKP
NIDN:0702036207



Diketahui oleh

Ketua Program Studi
M. Rizal Yulianto, S.E., M.M.
NIDN: 0716078804



Dekan
Dr. Poppy Febriana, S.Sos.M.Med.Kom
NIDN: 0711028001



Tanggal Ujian
24/07/2025

Tanggal Lulus
24/07/2025

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama Mahasiswa : Gusti Elang Ferry Irawan
NIM : 212010200033
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Hukum, Bisnis dan Ilmu Sosial

DAN

Dosen Pembimbing : Dewi Komala Sari, SE.,M.M
NIK/NIP : 0729097701
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Hukum, Bisnis dan Ilmu Sosial

MENYATAKAN bahwa, karya tulis ilmiah dengan rincian:

Judul : Pengaruh Brand Image, Social Media Marketing dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Parfume HMNS di Sidoarjo.
Kata Kunci : *Brand image, Social media marketing, Perceived quality*

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



Dewi Komala Sari, SE.,M.M
NIDN.0729097701

Sidoarjo, 24 Juli 2025

Mahasiswa



Gusti Elang Ferry Irawan
212010200033

*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 **“Pengaruh Brand Image, Social Media Marketing dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Parfume HMNS di Sidoarjo”** 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, 24 Juli 2025



Gusti Elang Ferry Irawan
212010200033