



Pengaruh Customer Experience, EWOM Dan Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Pada Pasar Budaya Pring Sewu Pandaan, Pasuruan
The Influence Of Customer Experience, EWOM And Social Media Marketing On Repurchase Intention At The Pandaan Pring Sewu Cultural Market, Pasuruan

Alisya Maghfiroh Izzati
212010200262

Dosen Pembimbing
Dewi Komala Sari, S.E., M.M.

Dosen Penguji
Rizky Eka Febriansyah, S.Mb., M.SM.
Dr. Rifdah Abadiyah, S.E., M.S.M., CHCM

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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Customer Experience*, *Ewom* Dan *Social Media Marketing* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Pasar Budaya Pring Sewu Pandaan, Pasuruan

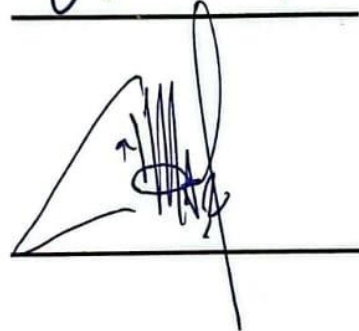
Nama Mahasiswa : Alisya Maghfiroh Izzati
NIM : 212010200262

Disetujui Oleh

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



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



Dosen Penguji 2
Dr. Rifdah Abadiyah, S.E., M.S.M., CHCM
NIDN. 0705027502



Diketahui Oleh

Ketua Program Studi
Mochammad Rizal Yulianto. S.E., MM.
NIDN. 0716078804



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



Tanggal Ujian
(23 Juli 2025)

Tanggal Lulus
(23 Juli 2025)

DAFTAR ISI

A. Bagian Pengesahan

1. Sampul
2. Lembar Pengesahan
3. Daftar Isi

B. Bagian Isi

1. Judul
2. Abstrak
3. Pendahuluan
4. Literatur Review
5. Metode Penelitian
6. Hasil dan Pembahasan
7. Kesimpulan
8. Ucapan Terima Kasih
9. Referensi

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama Mahasiswa : Alisya Maghfiroh Izzati
NIM : 212010200262
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial

DAN

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

MENYATAKAN bahwa, karya tulis ilmiah dengan rincian:

Judul : Pengaruh *Customer Experience*, *Ewom* Dan *Social Media Marketing*
Terhadap *Repurchase Intention* Pada Pasar Budaya Pring Sewu Pandaan,
Pasuruan

Kata Kunci : *Customer Experience*, *EWOM*, *Social Media Marketing*, *Repurchase Intention*

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, S.E., M.M.)
NIDN. 0729097701

Sidoarjo, (23/07/2025)
Mahasiswa

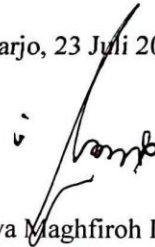

(Alisya Maghfiroh Izzati)
NIM. 212010200262

**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 *Customer Experience*, *Ewom* Dan *Social Media Marketing* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Pasar Budaya Pring Sewu Pandaan, Pasuruan**" 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, 23 Juli 2025



Alisya Maghfiroh Izzati
NIM. 212010200262