



Pengaruh Brand Image, Social Media Marketing, Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UNIQLO Store Sidoarjo
The Influence Of Brand Image, Social Media Marketing, And Experiential Marketing On Purchasing Decisions At UNIQLO Store Sidoarjo

Amilatun Nadhifah Apriliyah
212010200091

Dosen Pembimbing
Dewi Komala Sari, SE., MM

Dosen Penguji
Mas Oetarjo, SE. MM. BKP
Rizky Eka Febriansah, S.Mb., M.SM

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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Brand Image, Social Media Marketing, Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UNIQLO Store Sidoarjo*
(The Influence Of Brand Image, Social Media Marketing, And Experiential Marketing On Purchasing Decisions At UNIQLO Store Sidoarjo)

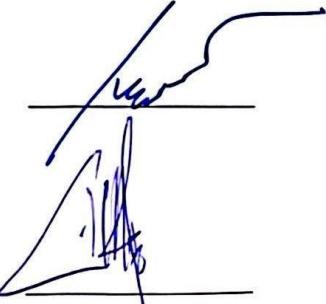
Nama Mahasiswa : Amilatun Nadhifah Apriliyah
NIM : 212010200091

Disetujui oleh

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



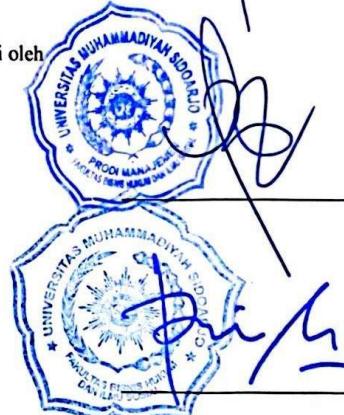
Dosen Penguji 1
Mas Oetarjo, SE. MM. BKP
NIDN. 0702036207



Dosen Penguji 2
Rizky Eka Febriansah, S.Mb., M.SM
NIDN. 0705028802

Diketahui oleh

Ketua Program Studi
Mochamad Rizal Yulianto, SE., MM
NIDN. 0716078804



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

Tanggal Ujian
(24 Juli 2025)

Tanggal Lulus
(24 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 : Amilatun Nadhifah Apriliyah
NIM : 212010200091
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 *Brand Image, Social Media Marketing, dan Experiental Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UNIQLO Store Sidoarjo
Kata Kunci : *Brand Image; Social Media Marketing; Experiental Marketing; 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

(Dewi Komala Sari, S.E., M.M.)
NIDN. 0729097701

Sidoarjo, (24/07/2025)
Mahasiswa



(Amilatun Nadhifah Apriliyah)
NIM. 212010200091

**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 Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UNIQLO Store 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



Amilatun Nadhifah Apriliyah
NIM. 212010200091



KETERANGAN ACCEPTED ARTIKEL

Nomor: 144/LoA/PERMANA/V/2025

Pengelola Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen dan Akuntansi mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas pengiriman artikel untuk dimuat dalam Jurnal PERMANA yang akan Terbit pada Bulan Agustus 2025. Berdasarkan hasil review dari Dewan Editor, kami sebagai Pimpinan Editor menyatakan bahwa:

Judul Artikel:

“Pengaruh Brand Image, Social Media Marketing, dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Uniqlo Store Sidoarjo”

Penulis: Amilatun Nadhifah Apriliyah, Dewi Komala Sari, Mas Oetarjo

Berstatus **accepted** dan akan dipublish dalam terbitan Jurnal PERMANA Volume 17. No.3 (2025).

Demikian keterangan ini dibuat, atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Tegal, 02 Juli 2025
Editor in Chief


M. Arridho Nur Amin, S.E.,M.M
NIDN. 0615019101

Jurnal Permana Telah Terindeks:

