



Peran *Brand Trust* dan *Brand Image*: Dampak Sosial Media Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen McDonald's)
The Role of Brand Trust and Brand Image: The Impact of Social Media Marketing on Customer Loyalty (A Study of McDonald's Consumers)

Titin Sekarjati Ningrum
222010200036

Dosen Pembimbing
Muhammad Yani, SE., MM
NIDN. 0723048506

Dosen Penguji 1
Dra. Lilik Indayani, MM
NIDN. 0706036301

Dosen Penguji 2
Alshaf Pebrianggara, SE., MM
NIDN. 0701029103


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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Peran Brand Trust dan Brand Image : Dampak Sosial Media Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Mcdonald's)**
Nama Mahasiswa : **Titin Sekarjati Ningrum**
NIM : **222010200036**

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing
Muhammad Yani, SE., MM
NIDN. 0723048506



Dosen Penguji 1
Dra. Lilik Indayani, MM
NIDN. 0706036301



Dosen Penguji 2
Alshaf Pebrianggara, SE., MM
NIDN. 0701029103



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
(13/01/2026)

Tanggal Lulus
(13/01/2026)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

I. Bagian Isi

Abstrak

Pendahuluan

Literatur Review

Metode

Hasil dan Pembahasan

Simpulan

Ucapan Terima Kasih

Referensi

II. Pernyataan

Pernyataan Publikasi Ilmiah

Pernyataan Mengenai Karya Tulis Ilmiah Dan Sumber Informasi Serta Pelimpahan Hak Cipta

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama Mahasiswa : Titin Sekarjati Ningrum
NIM : 222010200036
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis, Hukum Dan Ilmu Sosial

DAN

Dosen Pembimbing : Muhammad Yani, SE., MM
NIK/NIP : 0723048506
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis, Hukum Dan Ilmu Sosial

MENYATAKAN bahwa, karya tulis ilmiah dengan rincian:

Judul : Peran *Brand Trust* dan *Brand Image*: Dampak Sosial Media Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen McDonald's)

Kata Kunci : *Brand Trust*, *Brand Image*, Sosial Media Marketing, Loyalitas Pelanggan, McDonald's

TELAH:

1. Dिसesuaikan 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



Muhammad Yani, SE., MM
NIDN. 0723048506

Sidoarjo, (13/01/2026)
Mahasiswa



Titin Sekarjati Ningrum
222010200036

*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 "**Peran *Brand Trust* dan *Brand Image*: Dampak Sosial Media Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen McDonald's)**" 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, 13 Januari 2026



Titin Sekarjati Ningrum
NIM. 222010200036