



Pengaruh Personal Branding, Affliate Marketing, dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skintific di Media Sosial

The Influence of Personal Branding, Affiliate Marketing, and Influencers on Purchasing Decisions on Skintific Products on Social Media

Annisa Rahmadini
222010200118

Dosen Pembimbing
Misti Hariasih, SE., MM.
NIDN. 0706026305

Dosen Penguji 1
Alshaf Pebrianggara, SE., M.M.
NIDN. 0701029103

Dosen Penguji 2
Muhammad Yani, SE., M.M.
NIDN. 0723048506

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

DAFTAR ISI

I. Pendahuluan	1
II. Literatur Review	4
III. Metode.....	6
IV. Hasil dan Pembahasan.....	8
V. Simpulan.....	12
Referensi.....	14

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Personal Branding, Affiliate Marketing, dan Influencer
Terhadap keputusan Pembelian Skintific di Media Sosial
Nama Mahasiswa : Annisa Rahmadini
NIM : 222010200118

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing
Misti Hariasih, S.E., M.M.
NIDN. 0706026305

Dosen Penguji 1
Alshaf Pebrianggara, S.E., M.M.
NIDN. 0701029103

Dosen Penguji 2
Muhammad Yani, SE., M.M.
NIDN. 0723048506

Diketahui oleh

Ketua Program Studi
Mochamad Rizal Yulianto, SE. MM
NIK. 207303

Dekan
Dr. Poppy Febriana, S.Sos, M.Med.Kom
NIK. 211427

Tanggal Ujian
(22 / 12 / 25)

Tanggal Lulus
(22 / 12 / 25)

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama Mahasiswa : Annisa Rahmadini
NIM : 222010200118
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial

DAN

Dosen Pembimbing : Misti Hariasih, S.E., M.M
NIK/NIP : 202227
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial

MENYATAKAN bahwa, karya tulis ilmiah dengan rincian:

Judul : Pengaruh Personal Branding, Affiliate Marketing, dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skintific di Media Sosial

Kata Kunci : *Personal Branding, Affiliate Marketing, Influencer, Purchase Decisions, Social Media, Skintific*

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



(MISTI HARIASIH, S.E., MM)
NIP/NIK. 202227

Sidoarjo, (15 / 01 / 26)
Mahasiswa



(ANNISA RAHMADINI)
NIM. 222010200118

**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 *Personal Branding, Affiliate Marketing, dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skintific di Media Sosial***” 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, 15 Januari 2026



Annisa Rahmadini

222010200118