PENGARUH *BRAND IMAGE, CUSTOMER REVIEW, RATING*, DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AEROSTREET PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

SKRIPSI

MUHAMMAD SAURY
NIM. 210410073

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
AGUSTUS, 2026

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus Bukit Indah Blang Pulo Kec. Muara Satu - Lhokseumawe
Telepon. 0645-44450/08116798545 Faks. 0645-44450
Laman:http://www.FEB.unimal.ac.id

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

14 Agustus 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Saury
NIM : 210410073
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Customer Review, Rating, dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Aerostreet pada Media Sosial TikTok.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Komisi Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

Menyetujui:

Koordinator Program Studi,

Chalirafi, S.E., M.Si
NIP. 198405102008121001

Pembimbing,

Dr. Mariyudi, S.E., M.M
NIP. 197302282005011002

Mengetahui:
Ketua Jurusan,

Dr. Sapna Biby, S.E., M.Si
NIP. 197809152006042002