

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH SOSIAL MEDIA *MARKETING*, IKLAN
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN *BRAND COMMUNITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Survey pada *Reseller* UMKM WUBI *Cluster fashion* di Kota Tasikmalaya)**

Oleh

**LINA NURLINA
NPM. 238334037**

TESIS

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Magister Manajemen
Pada Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana
Universitas Siliwangi**

Tasikmalaya, 24 Juli 2025

Menyetujui,

Pembimbing I

**Prof. Dr. H Kartawan., S.E., M.P., CRA., CRP
NIP. 196207042021211001**

Pembimbing II

**Dr. Yusuf Abdullah., S.E., M.M.
NIP. 196909012021211003**

Diketahui,

Direktur Program Pascasarjana

**Dr. Jajang Badruzaman, S.E., M.Si., Ak., CA
NIP. 197008182021211006**

Ketua Program Studi Magister Manajemen

**Dr. Edy Suroso., S.E., M.Si., CSBA.
NIP. 197812102021211005**