

JADWAL UJIAN MUNAQSAH/SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RM SAID SURAKARTA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH (MBS)
TANGGAL 7 MARET 2025

HARI, TANGGAL	JAM	RUANG	NO	NIM	NAMA MAHASISWA	PRODI	JUDUL SKRIPSI	PEMBIMBING SKRIPSI	PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III
Jum'at, 07 Maret 2025	08.00-09.00	R. Sidang MBS 1	1	215211271	Putri Sekar Hapsari	MBS	Pengaruh Adaptasi Teknologi dan Pengalaman Pekerjaan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus ASN Pemerintah Kota Surakarta)	Prof. Dr. Fitri Wulandari, S.E., M.Si.	Prof. Dr. Fitri Wulandari, S.E., M.Si.	Moh. Rifqi Khairul Umam, SE, MM	Dr. Amri Syarif Hidayat, M.Si
Jum'at, 07 Maret 2025	09.00-10.00	R. Sidang MBS 1	2	215211272	Anisa Viona Rismawati	MBS	Pengaruh Viral Marketing, Brand Awareness, dan Kualitas Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow	Prof. Dr. Fitri Wulandari, S.E., M.Si.	Prof. Dr. Fitri Wulandari, S.E., M.Si.	Kisti Nur Aliyah, M.E.	Asep Maulana Rohimat, MSI, CCC
Jum'at, 07 Maret 2025	10.00-11.00	R. Sidang MBS 1	3	215211158	VIKA IVANA HELGA	MBS	PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) DAN LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK SHOP PADA MASYARAKAT KOTA SURAKARTA	M. Rofiq Junaidi, M.Hum	M. Rofiq Junaidi, M.Hum	Prof. Dr. Hj. Datien Eriska Utami, S.E., M.Si.	Dr. Ika Yoga, SE, MM
Jum'at, 07 Maret 2025	11.00-12.00	R. Sidang MBS 1	4	215211149	Alviona Indy Fauzy	MBS	PENGARUH BRAND IMAGE, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SOMETHINC	Nur Hidayah Al Amin, M.E.Sy	Nur Hidayah Al Amin, M.E.Sy	Moh. Rifqi Khairul Umam, SE, MM	Asep Maulana Rohimat, MSI, CCC
Jum'at, 07 Maret 2025	08.00-09.00	R. Sidang MBS 2	1	215211174	Rachma Yullia Isnaini	MBS	Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk, dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Galvalum Pasir Pada Baja Perkasa Roof	M. Rofiq Junaidi, M.Hum	M. Rofiq Junaidi, M.Hum	Zakky Fahma Auliya, SE, MM	Nur Hidayah Al Amin, M.E.Sy
Jum'at, 07 Maret 2025	09.00-10.00	R. Sidang MBS 2	2	215211204	Asnan Surya Pratama	MBS	PENGARUH TRUSTWORTHINESS, EXPERTISE, DAN ATTRACTIVENESS CELEBRITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI KENANGAN	H. Khairul Imam, SHI, MSI	H. Khairul Imam, SHI, MSI	Dr. Arif Muanas, M.Sc	Moh. Rifqi Khairul Umam, SE, MM
Jum'at, 07 Maret 2025	10.00-11.00	R. Sidang MBS 2	3	215211033	Sela Khairul Alifianti	MBS	Pengaruh Product Safety, Label Halal, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Madame Gie (Studi pada Perempuan Generasi Z Muslim di Sukoharjo)	Asep Maulana Rohimat, MSI, CCC	Asep Maulana Rohimat, MSI, CCC	H. Khairul Imam, SHI, MSI	Moh. Rifqi Khairul Umam, SE, MM
Jum'at, 07 Maret 2025	11.00-12.00	R. Sidang MBS 2	4	205211286	Dwi Aprilia Intan Fatmawati	MBS	Pengaruh brand image dan packaging design terhadap minat beli produk avoskin beauty dengan green trust sebagai variabel moderasi	Puspa Novita Sari, M.M.	Puspa Novita Sari, M.M.	Dr. Awan Kostrad Diharto, S.E., M.Ag.	Dr. Sri Haryanti, SE., MM

Note: Peserta ujian Maret periode 1 adalah mahasiswa yang mendaftar sampai dengan tanggal 27 Maret 2025. Jika mendaftar melebihi batas waktu tersebut akan diikutsertakan pada ujian selanjutnya.

Ruang Sidang MBS 1, Ruang Sidang MBS 2, dan Ruang Sidang MBS 3 berada di AULA FEBI LANTAI 1, Ruang Sidang MBS 4 di Ruang GKM.

Surakarta, 3 Maret 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. M. Rahmawan Arifin., M.Si

NIP. 19720304 200112 1 004