

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat diberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir berupa Skripsi dalam keadaan sehat walafiat. Skripsi dengan judul “**Pengaruh Pemasaran Jejaring Media Sosial Instagram Digital Amoeba dan Keterkaitan Konsumen Terhadap Niat Beli Konsumen**” disusun berdasarkan penulis lakukan selama magang sebagai Digital Marketing di Digital Amoeba (PT Telkom Indonesia Tbk.).

Pengerjaan laporan magang ini tidak akan berjalan dengan lancar dan mudah tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak terkait yang memberikan bantuan baik secara moral maupun moril dan memberikan saran serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, berikut adalah pihak-pihak yang membantu penulis:

1. Allah SWT, atas segala bantuan, kemudahan, kesehatan, kelancaran yang diberikan oleh-Nya selama masa pengerjaan Tugas Akhir sehingga penulis dapat melaksanakan sesuai dengan waktu dan berjalan dengan lancar.
2. Sugiyarto dan Elsy Zuleny, selaku kedua orang tua penulis yang selalu memberikan bantuan secara moral dan moril kepada penulis untuk mendukung penulis dalam menjalankan kegiatan penulis dan mengerjakan Tugas Akhir.
3. Gemilang Haifa Khairinissa, Ilham Akbar, dan Leiden Alfateh Akbar, selaku kakak kandung, kakak ipar, dan keponakan yang telah membantu penulis dalam proses pengerjaan Tugas Akhir dalam memberikan referensi terkait judul yang bisa penulis ambil.
4. Bapak Prasetyo Raharjo, selaku *Chief of Executive Officer* Digital Amoeba yang telah memberikan banyak *insight* kepada penulis dalam hal Digital Marketing, sehingga memberikan gambaran secara lebih detail mengenai Digital Marketing dalam dunia kerja sehingga dapat dipresentasikan dalam bentuk Tugas Akhir.

5. Mas Yudhi Amrial, selaku *Chief of Marketing Officer* Digital Amoeba yang telah membimbing penulis, memberikan banyak *insight* dalam segala hal (khususnya dalam hal Digital Marketing), memberikan saran kepada penulis, memberikan bantuan secara moril maupun moral kepada penulis sehingga dapat memberikan kelancaran penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir.
6. Ibu Indira Rachmawati, S.T., M.S.M., Ph.D., selaku dosen pembimbing penulis yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir sehingga penulis dapat mengerjakan sesuai dengan ekspektasi penulis dengan waktu yang tepat.
7. Ibu Lia Yuldinawati, S.T., M.M., selaku wali dosen penulis di Universitas Telkom yang telah membantu penulis dari penulis menjadi mahasiswa baru hingga menjadi mahasiswa akhir yang menjalankan Tugas Akhir.
8. Tim Digital Content Creation (Gabriella Sydney C.W., Annisa Nur Albasita, Siska Amelia, Selsa Yuniar, dan Yogi Firman) yang sudah bekerjasama dan membantu penulis selama 6 bulan masa magang di Digital Amoeba, sehingga membuat penulis dapat mengerjakan Tugas Akhir dengan objek penelitian Digital Amoeba dengan lancar berdasarkan data yang telah dibentuk selama 6 bulan.
9. SUN (Milda Rizka Amelia dan Atthariq Shidqi) yang selalu mendengarkan segala keluh kesah penulis dan membantu penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir sehingga penulis dapat mengerjakan dengan lancar.
10. Karimun Jawa (Annisa Prameswariputri, Nadya Salsabila Nur Azizah, Nazia Affiatushiam, Alfita Syifa Toni, dan Rhilfy Roel Regary) sebagai teman dekat penulis dari awal masuk perkuliahan hingga saat ini, yang telah menjadi teman ambis bersama selama masa perkuliahan sehingga bisa di masa mengerjakan Tugas Akhir secara bersama-sama dengan waktu yang bersamaan dan tepat.
11. Seluruh pihak yang penulis tidak dapat disebutkan satu per satu yang turut memberikan semangat, dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis untuk dapat menjalankan pengerjaan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, baik itu dari segi penyusunan, bahasa, dan penulisannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pembaca, guna menjadi acuan penulis untuk bisa menjadi lebih baik lagi. Penulis berharap Tugas Akhir dengan judul “**Pengaruh Pemasaran Jejaring Media Sosial Instagram Digital Amoeba dan Keterkaitan Konsumen Terhadap Niat Beli Konsumen**” bisa menjadi wawasan dan dijadikan sebagai referensi bagi para pembaca dan dapat memberikan manfaat dengan menambah pengetahuan bagi para pembaca melalui Tugas Akhir ini, serta dapat memberikan gambaran atau referensi bagi Digital Amoeba untuk melakukan keputusan atas permasalahan yang terjadi di dalam perusahaan yang berhubungan dengan Pemasaran Jejaring Media Sosial, Keterkaitan Konsumen, dan Niat Beli Konsumen.

Bandung, 18 Mei 2022

Haifaninda Istifaroh

1401180304