

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas ridho dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Content Marketing Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Vidiodotcom)”, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Telkom, khususnya Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis atas kesempatan dan didikan yang diberikan selama ini. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan, doa dan nasihat kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

1. Allah SWT. Yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Mahmud Martin selaku bapak saya yang sudah mensponsori saya dalam penyelesaian skripsi ini dan Alm. Aris Fauziah selaku ibu saya yang saya cintai dan masih paling saya rindukan hingga saat ini, Reza Bagus Permana, Noval Dwicahya Kusuma selaku abang saya, dan Tiara Maharani selaku adik saya yang paling kecil dengan canda tawa yang diberikan.
3. Ibu Pramitha Aulia, S.Psi., M.Psi. selaku dosen pembimbing yang telah berkontribusi besar meluangkan waktu, pikiran dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Syahputra, S.Sos., M.Sc., Ph.D, selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
5. Bapak Romat Saragih, selaku dosen wali yang selalu memberikan arahan dalam setiap tahap sejak menjadi mahasiswa baru hingga penulis dapat menyelesaikan masa studi di Telkom *University*.

6. Seluruh dosen pengajar program studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu, wawasan, pemahaman serta pengalamannya selama penulis mengikuti studi di Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom.
7. Seluruh teman-teman Bekasi Wira, Bagong, Jordhy, Fuji, Rahmat yang selalu memberikan dukungan, doa, saran dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada Agus, Hafizh, Zsa zsa, Dhea, Inas, dan seluruh rekan-rekan mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2019 yang telah bekerjasama dengan baik selama kegiatan studi berlangsung.
9. Semua pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan maupun dukungan, semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunianya kepada mereka semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik dalam teknik penulisan, struktur bahasa, ataupun persepsi ilmiah. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi diri penulis sendiri, dan umumnya bagi mahasiswa Universitas Telkom.

Bandung, 17 Mei 023



Dimas Fauzi Putra