

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul PENGARUH INFLUENCER DAN BRAND IMAGE TERHADAP BUYING DECISION PADA PRODUK SHIFUDO. Tujuan dari penulisan proposal skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S-1 Program Studi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung.

Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian proposal ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Maya Ariyanti, S.E., M.M. selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis serta mengarahkan penulis menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Ardio Sagita, S.E, M.Sc. selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis serta mengarahkan penulis menyelesaikan proposal skripsi ini.
3. Bapak Fajar Sidiq Adi Prabowo, S.E., M.A.B. selaku Wali Dosen yang banyak memberikan arahan dan bimbingan selama masa perkuliahan.
4. Moch Muchlisin (Ayah), Mufarokhah (Ibu), serta keluarga dan rekan penulis lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-satu yang selalu memberikan doa serta dukungan berupa materi dan materil kepada penulis hingga saat ini.

Penulis menyadari bahwa ada banyak kekurangan pada skripsi ini. Maka dari itu penulis sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun untuk pengembangan di masa depan. Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi diri penulis sendiri dan umumnya bagi mahasiswa Universitas Telkom.

Bandung, 9 Agustus 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized letters and a long horizontal stroke extending to the right.

Nabilla Amira Muchlis