

KATA PENGANTAR

Pujian dan rasa syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas limpahan karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* Produk Make Over di TikTok”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dan meraih gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (MBTI), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom Bandung.

Penulis menyadari peran penting berbagai pihak dalam penyelesaian skripsi ini. Doa, motivasi, saran, bimbingan, semangat, dan dukungan mereka sangatlah berarti bagi penulis. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Erni Martini, S.SOS., M.M., selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dengan memberikan arahan dan saran yang bermanfaat secara teliti dan sabar dalam proses penyusunan skripsi dan penelitian ini.
2. Ibu Dr. Ratna Komala Putri, S.E., M.Si. selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dari awal sampai akhir perkuliahan.
3. Kedua orang tua tercinta, kakak, dan adik saya yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, serta dukungan moral dan materiil tanpa henti selama perjalanan pendidikan ini.
4. Sahabat dan orang terdekat penulis, yaitu Nanda Maheswari, Dita Supriantarini, Jessica Baby, Dwi Chandra, Diah Ayu, Andreas, Nisa, Angel, dan Arya yang selalu menyemangati penulis dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan sehingga tidak dapat dikatakan sempurna, namun penulis berharap bahwa penelitian dari skripsi ini memberikan manfaat kepada para pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Bandung, 06 Januari 2025

I Gusti Ayu Natasya Pramadhea Putri