

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas nikmat sehat dan berkah rahmat yang selalu diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir atau skripsi yang berjudul **“Sikap Konsumen Terhadap *Brand* Pada Instagram Phillip Works Dengan Variabel *Attitude Towards Ads* Sebagai Variabel Intervening”**.

Tujuan penulisan proposal skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang S1 Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom Bandung serta untuk memberikan informasi kepada pembaca tentang pengaruh nilai iklan dan personalisasi iklan terhadap sikap konsumen di Phillip Works.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, penulis banyak mendapatkan ilmu, wawasan, dukungan, saran, bimbingan serta doa dari berbagai pihak sehingga proposal skripsi ini dapat disusun dengan baik. Oleh karenanya, penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Erni Martini S.Sos., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran, saran, motivasi, dan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis, serta arahan selama pengerjaan proposal skripsi ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dr. Fetty Poerwita Sary S.S., M.Pd., selaku dosen wali penulis yang telah meluangkan waktu, serta memberikan motivasi serta informasi yang bermanfaat untuk penulis sejak awal perkuliahan hingga selesainya penulisan proposal skripsi ini.
3. Kedua orang tua penulis, Ibu Wawat Setiawati dan Bapak Beni Indradi yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti kepada penulis.
4. Bayu Setiawan, Kanya Azalea, Destiana Wulan, Maghfira Dzikranaka, dan Fiadine Tisadinda yang membantu memberi masukan, dan saran selama proses penulisan penelitian ini.

5. Teman-teman terdekat penulis Zahra Nadhirah, Dian Miranti, M Dylan Geraldie, Reihan Fadlu, Edo Prasetio, Bima Diaz, Danang Aryandi, dan Radya Hartawan yang senantiasa memberikan dorongan mental selama penulisan skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis sejak awal perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis meminta kritik serta saran yang membangun guna menyempurnakan proposal skripsi ini agar dapat lebih baik kedepannya. Penulis juga berharap semoga proposal skripsi ini dapat memberi manfaat dan informasi untuk pembaca mengenai pengaruh nilai iklan dan personalisasi iklan terhadap sikap konsumen.

Bandung, 6 Desember 2020

Peneliti



Gilang Arief Pratama

1401164600