

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas ridho dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN HIJABSTORY DALAM MENCAPAI PANGSA PASAR MUSLIM MILLENNIAL (Pengunaan Strategi Komunikasi Pemasaran *The IMC Model Dwi Sapta*)”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Telkom, khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis atas kesempatan dan didikan yang diberikan selama ini. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang selalu memberikan dukungannya kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini.

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

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Mochamad Ashari, M.Eng, Ph.D selaku Rektor dan pimpinan tertinggi Universitas Telkom.
2. Bapak Dr. Jafar Sembiring. M.Ed.M selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
3. Ibu Rah Utami Nugrahani, S.Sos., MBA selaku Ka. Prodi Ilmu Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
4. Bapak Indra Novianto Adibayu Pamungkas, SS., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkontribusi besar dalam meluangkan waktu, pikiran, dan perhatiannya, untuk memberikan bimbingan, arahan, dan saran bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga untuk berbagai nasihat serta pengetahuan tentang berbagai hal lainnya pak.
5. Bapak Adi Bayu Mahadian, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen wali penulis selama berkuliah di Universitas Telkom.

6. Seluruh dosen pengajar program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu, wawasan, pemahaman, serta pengalamannya selama penulis mengikuti studi di Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom.
7. Seluruh staf administrasi program studi Ilmu Komunikasi atas kelancaran informasi dan dukungan administrasi selama mengikuti program pendidikan ini.
8. Pihak Hijabstory khususnya Ibu Chianti dan Bapak Yogi Permana, terima kasih sudah mengizinkan penulis untuk mengakses data dan informasi terkait Hijabstory untuk diolah didalam penelitian ini. Sukses selalu Hijabstory, aamiin.
9. Bapak Yuswohady yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk diwawancarai oleh penulis, terus berkarya dan menghasilkan buku marketing lainnya yang informatif pak.
10. Kedua orang tua, Bapak Hairulsyah dan Ibu Naimah, serta adik penulis Muhammad Kurniawan Adhi Pratama, terima kasih banyak atas semua dukungan dan doa yang luar biasa selama ini. Semoga selalu di berkahi oleh Allah SWT.
11. Keluarga besar Hatta dan Asnawi yang juga selalu mengingatkan untuk segera menyelesaikan studi dengan baik dan memberikan motivasi kepada penulis.
12. Seluruh teman-teman baik penulis di Bandung, geng hedon, geng bidadari, sahabat sesama perantau asal Lampung di Telkom, maupun sahabat-sahabat di Bandar Lampung, semangat selalu, *we're gonna rock the world guys!*
13. Teman seangkatan Ilmu Komunikasi 2014 Universitas Telkom, untuk suka duka dan pengalaman yang tidak akan pernah saya lupakan selama masa perkuliahan ini, salam merah merona!
14. Rekan-rekan sesama anak bimbingan pak Indra, partner berkeluh kesah, bertukar pikiran, kurang tidur bersama, hingga menjadi *wifi hunter* di McD Buah Batu, Ghinaarafah, Kusuma Diva, Cardina, dan lain-lainnya.
15. 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, maupun persepsi ilmiah. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi diri penulis sendiri, dan umumnya bagi mahasiswa Universitas Telkom.

Bandung, 20 Desember 2017

Kurniati Putri Haeirina