

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “**Pengaruh *Viral Marketing* terhadap *Purchase Decision* dengan *Customer Trust* sebagai variabel *intervening* pada favehotel Hyper Square Bandung**”. Penulisan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat kelulusan program sarjana pada program studi Administrasi Bisnis Universitas Telkom Bandung.

Penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tulus kepada:

1. Orang tua atas doa yang selalu dipanjatkan, kasih sayang, kesabaran, bimbingan, serta dukungan yang sangat besar dan berarti bagi penulis sehingga tugas akhir ini dapat selesai.
2. Arry Widodo, Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah sangat sabar membimbing dan memberikan masukan dalam penulisan tugas akhir ini, serta menjadi motivator dan inspirator bagi penulis.
3. Syahputra, S.Sos., M.Sc., Ph.D selaku kaprodi Administrasi Bisnis Universitas Telkom.
4. Seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Telkom yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Teman – teman selama penelitian Lina, Elsa, Wina, Irfan, Nata, Ika, Alzena yang selalu direpotkan dan selalu mau membantu penulis.
6. Semua pihak dengan tidak mengurangi rasa hormat yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan semangat dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Bandung, 16 Maret 2020

Rio Garia Aprillio