

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan pelaksanaan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “ Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* di Sosial Media Instagram Terhadap Proses Keputusan Pembelian *PayTV* Transvision Studi Kasus : Transvision Kota Bandung 2020”. Laporan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya D3 Manajemen Pemasaran sebagaimana yang diharapkan.

Penyusunan Tugas Akhir ini berdasarkan hasil fenomena terkini dan pelajaran yang telah penulis dapatkan selama kegiatan perkuliahan. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Universitas Telkom, khususnya Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Terapan atas kesempatan dan didikan yang diberikan selama ini. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang telah memberikan doa, motivasi, dan semangat kepada penulis agar tidak mudah menyerah hingga menghantarkan penulis melewati tahap demi tahap menuju keberhasilan.

Dengan selesainya Laporan Tugas Akhir ini tidak lepas atas bantuan dari pihak yang telah berkontribusi dengan memberikan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Sampurno Wibowo, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberi masukan serta nasehat dalam mengarahkan penulis saat menulis Laporan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Dra. Nellyaningsih., MM selaku Dosen Penguji Laporan Tugas Akhir saya. Yang telah memberi kesempatan kepada saya untuk memberikan hasil penelitian yang saya lakukan.
3. Ibu Ati Mustikasari, SE., MM selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom.
4. Bapak Rahmat Hidayat, SE., MM selaku dosen wali penulis yang telah memberikan waktunya untuk memotivasi penulis selama penelitian berlangsung.

5. Segenap Dosen Program Studi D3 Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu, wawasan, pemahaman, serta pengalamannya selama penulis mengikuti studi di Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom
6. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom atas kelancaran informasi dan dukungan administrasi selama mengikuti program pendidikan ini.
7. Orang tua tercinta Ibu Enung Siti Aisyah dan Bapak Mamat yang telah memberikan motivasi dan doa secara lahir dan bathin serta adik & kakak tercinta (Anita Widayanti, Wulan Siti Nur Aisyah, Muhammad Sidqi Alwafa, Muhammad Azka Afkar Rabbani, Yuli Siti Mulyani, Wandy).
8. Teman-teman yang saya cintai Adam Ginanjar, Ratih Prahadila, Riri Karlina, Ayu Pratiwi, Ami Putri, Sinta Purnamasari, Anita Yunita, Rima Kania, Irna Ratnawati, Lailani Salsabila, Fasyahra, Resty Erka yang telah menyemangati serta mendukung penulis dalam menyusun Laporan Tugas Akhir ini hingga selesai.
9. Teman-teman yang di Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom yang telah bekerja sama serta banyak membantu dan mendukung yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
10. Serta semua pihak yang telah memberikan doa dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini, yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam laporan ini, baik dari materi maupun teknik penyajian mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Bandung, 2020



Mila Popi Purnama