

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Atas tahmat dan karuna-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen *Brand Make Over*”. Proposal ini disusun untuk memenuhi tugas besar mata kuliah Seminar Penelitian dan juga untuk memperoleh gelar S1. Disamping itu, proposal ini juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca.

Proposal ini dapat diselesaikan semata karena penulis menerima banyak bantuan dan dukungan. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Achmad Manshur Ali Suyanto, M.B.A., D.B.A. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis.
2. Ibu Gina Goniah, S.ST., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang walaupun sudah tidak membimbing namun masih meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.
3. Ibu Dr. Maria Sugiat S.E., M.M. selaku Dosen Penguji 1 dan Ibu Eva Nurazizah S.T., M.M. selaku Dosen penguji 2 yang telah memberikan kritik dan saran untuk penulis dalam pelaksanaan penelitian ini.
4. Ibu Hani Gita Ayuningtias S.Psi., M.M. selaku Dosen Wali yang telah memberikan motivasi kepada penulis.
5. Keluarga yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama mengerjakan proposal ini.
6. Teman-teman terdekat saya Winda, Debi, Syifa, Ghia, Marsya, Purnama, Ratu dan Bila, Rafi, Bunga dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang memberikan semangat serta dukungan kepada penulis selama ini.

7. Farhan Estu Manyar yang telah menemani, memberikan dukungan, perhatian, dan semangat kepada penulis selama penulisan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karenanya, saran dan kritik yang bersifat membangun akan penulis terima.

Bandung, 17 Januari 2022



Hanifa Aulia Kamil

NIM 1401184557