

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas rahmat dan karunia- Nya yang telah memberikan kesehatan dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul Pengaruh *Telemarketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Penawaran Produk *Add On* Indihome di PT. Telkom Witel Bandung Tahun 2022 dengan baik. Laporan Tugas Akhir ini disusun berdasarkan fenomena yang terjadi saat ini pada Telkom Witel Bandung dan dikaitkan dengan teori yang telah diterima oleh penulis selama ini. Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk mendapatkan gelar Ahli Madya di D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu penulis dalam proses pembuatan Laporan Tugas Akhir ini, terutama penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dosen Pembimbing, Bapak Dr. Donni Juni Priansa, S.Pd., S.E., M.M., QWP yang telah meluangkan waktunya untuk mengarahkan, membimbing, dan memberikan ilmu pengetahuan serta memberikan saran kepada penulis sehingga penyusunan Laporan Tugas Akhir ini selesai.
2. Dosen Penguji sekaligus dosen wali penulis, Ibu Widya Sastika ST., MM., yang telah mengarahkan penulis selama masa perkuliahan di Telkom University.
3. Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Ibu Sri Widaningsih, S.Psi., MM
4. Kedua Orangtua Ayah Alberni S.Ag, MA dan Ibu Ermitati yang telah memberikan motivasi, dukungan, do'a serta telah banyak berkorban demi keberhasilan dalam proses penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
5. Saudara tercinta Haffiz Maulana SH, Inda Pramudiani, Syafira Rasika dan seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi, dukungan, serta do'a demi keberhasilan dalam proses penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
6. Seluruh Dosen D3 Manajemen Pemasaran yang membimbing dan mendidik

penulis selama perkuliahan.

7. Kepada pihak PT. Telkom Witel Bandung khususnya kepada Ibu Mia Putri Malinda sebagai pembimbing lapangan magang dan Ibu Eka Destyana yang senantiasa selalu membimbing dan meluangkan waktunya untuk memberi saran serta masukan kepada penulis.
8. Kepada sahabat-sahabat tercinta Nurbani Mardiyati, Shahirania Syasali, Azka Rizal, Seli Maulina, Desdia, Ismi, Zeni, Diaz Setyadi, Juandika, Zomi Petarung, Mupid, Eka, Hanif, Salsa, Tika, Dwita dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat, motivasi dan do'a kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
9. Kepada Ori Emrananda SP, yang telah memberikan semangat, motivasi, dukungan, saran serta ilmunya sehingga penulis bisa menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
10. Kepada seluruh keluarga besar D3 Manajemen Pemasaran khususnya Marketing kelas 43-04 dan mahasiswa Angkatan 2019 Prodi D3 Manajemen Pemasaran yang selalu membantu selama perkuliahan dan proses pembuatan laporan.

Penulis sadar bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Segala bentuk kritik dan saran yang membangun penulis harapkan dan penulis berharap Laporan Tugas Akhir dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Demikianlah Laporan Tugas Akhir ini dibuat. Atas Perhatiannya penulis mengucapkan banyak rasa terima kasih.

Bandung, 25 Juni 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nawla Ihtia', with a large, stylized initial 'N'.

Nawla Ihtia