

KATA PENGANTAR

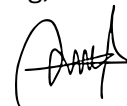
Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, karunia, serta kekuatan yang senantiasa menyertai, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh *Digital Branding* untuk Meningkatkan *Brand Awareness* pada Sosial Media TikTok Caru Matcha Bar”** yang disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom. Tugas akhir ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah berpartisipasi selama proses penyusunan. Dengan penuh rasa hormat, penulis menyampaikan terima kasih terhadap:

1. Ibu Riska Aprilina, ST., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik, atas segala bimbingan, masukan konstruktif, serta dedikasi dalam membimbing penulis hingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Sri Widaningsih, S.Psi., M.M., selaku Dosen Wali, atas perhatian dan arahannya selama masa perkuliahan.
3. Bapak Dr. Donni Junipriansa, S.Pd., S.E., S.S., M.M., selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, atas dukungan dan fasilitas yang diberikan dalam proses akademik dan penelitian.
4. Seluruh dosen dan staf pengajar di lingkungan Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom, atas ilmu, pembinaan, dan pengalaman akademik yang telah diberikan selama masa studi.
5. Tim Manajemen Caru Matcha Bar, yang telah memberikan izin penelitian, data yang dibutuhkan, dan kerja sama yang sangat berarti dalam pelaksanaan studi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta, sahabat, dan rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan semangat, doa, serta bantuan baik secara moral maupun material selama penyusunan tugas akhir ini.

Penulis sadar bahwa tugas ini masih jauh dari kata sempurna sehingga kritik serta saran membangun sangat diharapkan oleh penulis dan penyempurnaannya di masa depan. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat akademis dan praktis bagi pengembangan strategi pemasaran *digital*, khususnya dalam optimalisasi *brand awareness* melalui *platform* media sosial.

Bandung, 01 Juni 2025



Namira Fisilmi Yasmin