KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand awareness* Dan Promosi Terhadap *Intention to buy* Pada *Zastoregames*: Peran Moderasi dari *Impulsive buying*”. Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S-1 Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.

Dalam proses melakukan penelitian ini, penulis memperoleh banyak bimbingan, dukungan, kritik dan saran yang sangat berarti bagi penulis. Dengan demikian, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Titus Kristanto, A.Md., S.Kom., M.Kom. dan Ibu N. Azizia Gia Mutiarasari, S.M., MBA selaku dosen pembimbing yang sangat berkontribusi besar dalam membimbing serta senantiasa memberikan masukan dan semangat kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penelitian ini.
2. Kedua orang tua yang senantiasa berdoa, memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Gadis Artha Mevia Eka Agusty yang selalu menemani proses pengerjaan skripsi ini dan memberikan dukungan serta bantuan kepada penulis.
4. Seluruh teman penulis selama di Program Studi Bisnis Digital Angkatan 2021 yang telah memberikan semangat dan bekerja sama dengan baik selama studi berlangsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik dalam teknik penulisan maupun secara ilmiah. Oleh sebab itu, penulis menerima segala bentuk saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan dimasa depan. Penulis berharap bahwa dengan adanya skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi penulis dan orang lain khususnya mahasiswa Universitas Telkom.