

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah ta'ala atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Aktivitas Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Awareness, Brand Image* Dan Respon Konsumen (Studi Kasus Pada Instagram Eiger @eigeradvanture)”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat kelulusan jenjang pendidikan S1 Program Studi MBTI, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung. Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, arahan, dan saran yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nora Amelda Rizal, Ir., M.Sc., M.M., selaku kepala program studi MBTI, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.
2. Bapak Dr. Teguh Widodo, SE., ST., MM, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan do'a, bimbingan, dukungan, saran, motivasi dan arahan dari awal hingga penyusunan skripsi ini selesai.
3. Bapak Ir. Dodie Tricahyono, M.M., Ph.D selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan saran selama masa perkuliahan.
4. Seluruh pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Dengan segenap kerendahan hati, penulis berharap semoga segala kekurangan yang ada pada skripsi ini dapat dijadikan bahan pembelajaran demi kesempurnaan penelitian lain di masa mendatang.