

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERGADAP PURCHASE INTENTION (STUDI KASUS PADA AKUN TIKTOK SKINCARE NPURE TAHUN 2025)”. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan.

Penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Sri Widaningsih, S.Psi., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan yang sangat berarti selama proses penulisan;
2. Ibu Ati Mustikasari, S.E., M.M., selaku dosen penguji;
3. Bapak Dr. Donni Juni Priansa, S.Pd., S.E., M.M., QWP, MOS., selaku dosen wali dan Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, yang telah membantu penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi di D3 Manajemen Pemasaran Universitas Telkom;
4. Bapak Dr. Sampurno Wibowo, S.E., M.Psi., selaku dosen Riset Pemasaran yang telah membimbing dan membantu pengerjaan proyek akhir bab I – III;
5. Seluruh dosen pengajar di Program Studi D3 Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Telkom;
6. Keluarga tercinta, khususnya Ayah dan Ibu, yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan kasih sayang yang tidak ternilai;
7. Rekan-rekan dan sahabat seperjuangan, atas dukungan, kerja sama, dan motivasi yang diberikan selama proses penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi sumbangsih dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran digital.

Bandung, 20 Juni 2025



Penulis