

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan kesehatan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul *“Pengaruh Social Media Marketing melalui Instagram terhadap Minat Beli Produk Kahf”*. Tugas ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom. Penulis menyadari bahwa pencapaian ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Sri Widaningsih, S.Psi., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan selama proses penyusunan tugas akhir ini.
2. Ibu Leni Cahyani, S.Sos.i., M.M., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan evaluasi yang membangun.
3. Bapak Dr. Donni Junipriansa, S.Pd., S.E., S.S., M.M., QWP., selaku Kaprodi D3 Manajemen Pemasaran atas arahan dan dukungannya selama masa studi.
4. Seluruh dosen dan staf pengajar D3 Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu dan wawasan berharga.
5. Kedua orang tua tercinta serta keluarga besar atas doa, semangat, dan cinta yang tak ternilai.
6. Teman-teman seperjuangan atas kebersamaan, motivasi, dan kerja sama selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi nyata di bidang ilmu pemasaran digital.

Bandung, 06 Juni 2025

Penulis,

Muhamad Husna Naufaludin

NIM. 6704220099