

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Proposal Penelitian dengan judul "Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Happy Go Lucky Bandung terhadap Minat Beli Konsumen Produk Lokal" dengan penuh rasa hormat dan kesungguhan hati.

Peneliti menyadari pentingnya strategi komunikasi pemasaran dalam membangun dan mempertahankan minat beli seorang konsumen. dalam menghadapi tantangan yang semakin kompleks dan dinamis, setiap organisasi, baik besar maupun kecil, dituntut untuk memiliki pemahaman mendalam tentang bagaimana mengelola komunikasi pemasaran agar dapat efektif merespon perubahan tren dan kebutuhan pelanggan.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk membahas secara komprehensif strategi komunikasi pemasaran yang dapat meningkatkan minat beli pelanggan. Peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam membentuk strategi komunikasi yang tepat sasaran dan responsif terhadap lingkungan bisnis yang terus berubah

Keberhasilan dalam menyusun proposal ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, maka dari itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya yang paling utama kepada orang tua peneliti yaitu **Ibu Atty Setiati, Bapak Wawan Dermawan (alm), dan Bapak**

**Sumarjiyana** serta keluarga peneliti yang selalu memberi dukungan serta doa yang tidak pernah putus, serta kepada beberapa pihak yaitu:

1. **Yth. Prof. Dr. Ir. H. Eddy Soeryanto Soegoto, M.T.** selaku Rektor Universitas Komputer Indonesia.
2. **Yth. Assoc. Prof. Dr. Lilis Puspitawati, SE., M.Si., Ak., CA., CRP., CSRS.** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Komputer Indonesia.
3. **Yth. Assoc. Prof. Dr. Melly Maulin Purwaningwulan, S.Sos., M.Si.** Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan juga Ketua Sidang peneliti.
4. **Yth. Tine Agustin Wulandari, S.I.Kom., M.I.Kom.** selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia dan juga Dosen Pembimbing peneliti dalam penelitian ini
5. **Yth. Yasundari, M.I.Kom** selaku Penguji Sidang Peneliti
6. **Yth. Sekretariat Program Studi Ilmu Komunikasi, Ratna Widiastuti, A.Md, Astri Ikawati, A.Md, dan Nielsen Maulana Ibrahim Ismael, S.I.Kom** yang telah banyak membantu peneliti dalam pengurusan berkas selama penelitian ini.
7. **Yth. Safutra Rantona, M.I.Kom.** selaku Dosen Wali Kelas IK-3 angkatan 2020 program studi Ilmu Komunikasi
8. **Yth. Staff Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi,** Terimakasih banyak atas segala ilmu yang telah dibagikan.

9. **Yth. Seluruh Tim Happy Go Lucky Store Bandung yang** telah membantu peneliti terkait data dan informasi dalam penelitian Usulan Penelitian ini
10. Irene Khristin Dongoran, Dayana Havanadeanty, Kania Alma Amalia, Kalika Rifdah Fadilah, dan Ririn Nuri Inggriana yang sudah menjadi teman terdekat peneliti selama ini serta Teman-teman kelas IK 3-2020 yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu selaku teman seperjuangan perkuliahan
11. Semua pihak yang terlibat untuk memberi masukan dan bantuan sebelum maupun selama proses penelitian ini yang tidak dapat dituliskan satu persatu  
Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi positif bagi Universitas Komputer Indonesia serta pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya strategi komunikasi pemasaran dalam membangun dan memelihara minat beli konsumen.

Bandung, Agustus 2024  
Peneliti

**Radisti Radianti**