

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “ Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Helipad.Id “. Tugas akhir ini ditunjukkan untuk memenuhi salah satu syarat guna menempuh pendidikan jenjang Diploma III dan memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Pada Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

Dalam menyusun Tugas Akhir ini, banyak sekali bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, khususnya dosen pembimbing, terimakasih kepada Bapak Arjuna Rizaldi, S.E, M.A. yang telah meluangkan waktu di sela kesibukan sebagai dosen Manajemen yang telah membimbing saya dalam proses belajar-mengajar, mengarahkan, dukungan serta memberikan motivasi untuk dapat menghasilkan karya yang dapat dimanfaatkan oleh orang lain, sehinggadapat diselesaikannya Tugas Akhir ini dengan tepat waktu, dan dapat dimanfaatkan untuk kepentingan Universitas Komputer Indonesia di waktu mendatang.

Terselesainya Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. H. Eddy Soeryanto Soegoto, selaku Rektor Universitas Komputer Indonesia.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Dwi Kartini, SE.,Sec.Lic., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia
3. Ibu Windi Novianty, SE.,MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Komputer Indonesia
4. Bapak Arjuna Rizaldi S.E., M.A. Selaku Dosen Wali Program Studi Manajemen Pemasaran 2018 dan selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir, yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Owner dan Staff Helipad.Id di Bandung yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan Penelitian Tugas Akhir di Instansi tersebut.
6. Seluruh Dosen, Staff dan Karyawan Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya serta membantu terselesaikannya Tugas Akhir ini.
7. Kedua Orang Tua Bapak Encep Daman & Ibu Osop Sopiati yang selalu memberikan bimbingan, perhatian, dukungan, doa dan kasih sayang kepada penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

8. Temen-temen Manajemen Pemasaran Komputer Indonesia Angkatan 2019
rimakasih atas kerjasamanya.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan memberikan keberkahan terhadap pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penulisan Tugas Akhir ini.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyadari memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Dengan ini penulis mengharapkan tanggapan kritik dan saran dari pada Dosen penguji dan pembicara agar Tugas Akhir ini lebih banyak diterima bagi semuanya. Demikian Tugas Akhir ini dibuat, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.