

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas semua nikmat dan karunia Nya yang tercurah hingga saat ini. Sehingga penulisan penyusunan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Batik Ceta Bacorak Di Kabupaten Sijunjung**” dapat terselesaikan dengan baik.

Adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat Menempuh Program Diploma agar Memperoleh Gelar Angkatan Muda pada Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi & Bisnis di Universitas Komputer Indonesia.

Dengan segala kerendahan hati, penulis secara khusus ingin mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Ir. Eddy Soeryanto Soegoto selaku Rektor Universitas Komputer Indonesia.
2. Assoc. Prof. Dr. Ely Suhayati, SE.,M.Si.,Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Komputer Indonesia.
3. Ibu Windi Novianti, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran dan Keuangan Perbankan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Komputer Indonesia.
4. Ibu Erna Susilawati, S.S., MM. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan petunjuk dalam penyusunan Tugas Akhir ini, sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Komputer Indonesia.
6. Yang tercinta Orang Tua dan keluarga Penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis.
7. Ibu Purwati selaku Owner toko Batik Ceta Bacorak di Kabupaten Sijunjung serta seluruh karyawan yang bertugas
8. Dan seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.

Kepada semua pihak yang terkait yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu karena keterbatasan penulis.

Demikianlah skripsi ini dibuat, semoga dapat dimanfaatkan dan dapat memberikan sumbangsih pemikiran untuk perkembangan pengetahuan bagi penulis maupun bagi pihak yang berkepentingan.

Bandung, Maret 2022

Almaidah Nurul Hikmah  
NIM. 21418012