

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini hingga tuntas. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing dan berjuang membawa umatnya dari kebodohan kepada zaman ilmu teknologi seperti saat ini. Penelitian ini penulis susun untuk membahas mengenai “*Strategi Social Media Marketing Menggunakan Instagram Ads dalam Membangun Brand Awareness*”. Yang merupakan salah satu syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian yang penulis susun ini masih sangat jauh dari kesempurnaan sehingga skripsi ini masih memerlukan banyak perbaikan. Oleh karena itu penulis menerima dengan terbuka dan senang hati apabila ada kritik dan saran yang membangun yang bertujuan pada kebaikan yang lebih baik dan berguna bagi semuanya. Dalam proses skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan, pengarahan, dan dorongan dari berbagai pihak, terutama kepada Orang tua penulis yang telah memberikan dukungan baik dari segi moral maupun materi dalam menuntaskan jenjang pendidikan. Selain itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. H. Rudi Priyadi, MS., selaku Rektor Universitas Siliwangi;
2. Prof. Dr. H. Budy Rahmat, Ir., MS selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi;

3. Dr. Yusef Rafiqi, S.Ag., M.Ag., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi;
4. Biki Zulfikri, S.Sos.I., M.E.Sy., selaku Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Qiny Shonia Az Zahra, S.E., M.E., selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta motivasi dalam menyelesaikan masalah-masalah dalam penyusunan skripsi;
6. Agus Ahmad Nasrulloh, S.EI., M.E.Sy., selaku wali dosen Kelas B Ekonomi Syariah Angkatan 2017;
7. Seluruh Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi yang membantu dalam hal administrasi serta telah membantu juga memperlancar penyelesaian skripsi ini.
8. Tenaga kependidikan Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi yang membantu dalam hal administrasi serta telah membantu juga memperlancar penyelesaian skripsi ini.
9. Pimpinan serta karyawan butik Aisyalina yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian di tempat tersebut;
10. Rekan-rekan Cosmic 17 Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2017 yang telah sama-sama berjuang dalam menimba ilmu di Universitas Siliwangi;

11. Kepada BEM FAI, seluruh kepengurusan periode 2019 dan 2020 yang telah memberikan pengalaman dan petualangan hebat yang memberikan kesan luar biasa;
12. Kepada teman-teman kelompok KKN 28 Desa Purwaraharja yang telah memberikan penulis pengalaman dan kekeluargaan yang luar biasa selama 1 bulan bersama.
13. Kepada Bidang Kominfo BEM FAI 2019 dan 2020 yang telah kebersamai penulis selama berada di kepengurusan ormawa FAI;
14. Sahabat-sahabati PMII Komisariat Universitas Siliwangi, yang telah memberikan wawasan serta pengalaman mendalam dala dunia kemahasiswaan dan keislaman bagi penulis;
15. Semua Mahasiswa/i Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam, adik-adik maupun para senior dan Alumni yang selalu memberikan motivasi;
16. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan membalas atas amal serta kebaikan mereka semua, Aamiin.

Tasikmalaya, 19 Mei 2021

Penulis