

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Komunikasi Personal dan Komunikasi Non Personal terhadap Minat Beli pada Konsumen Mobil Toyota Agya di Bandung”**. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Sangga Buana (YPKP) Bandung.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Kedua orang tua, ayahanda tercinta Warka dan ibunda tersayang Atmi Sumiarti yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis dan kepada Ibu Memi Sulaksmi, SE., M.Si selaku pembimbing. Terima kasih atas segala bimbingan, ajaran, dan ilmu-ilmu baru yang penulis dapatkan dari selama penyusunan skripsi ini. Dengan segala kesibukan dalam pekerjaan, masih bersedia untuk membimbing dan menuntun penulis dalam penyusunan skripsi ini. Mohon maaf bila ada kesalahan yang penulis telah lakukan.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Asep Effendi R., SE., Msi., PIA., CFrA selaku Rektor Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
2. Bapak Dr. Ir. Didin Kusdian, MT selaku Wakil Rektor 1 Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
3. Ibu Memi Sulaksmi, SE., M.Si selaku Wakil Rektor 2 Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
4. Bapak Dr. Deni Nurdyana Hamidin, Drs., MSi selaku Wakil Rektor 3 Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
5. Bapak H. Sumeidi Kadarisman, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
6. Bapak Bambang Susanto, SE., MSi selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
7. Bapak Asep Jamaludin, SE., MSi selaku Ketua Program Studi Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
8. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
9. Kepada kakak tercinta Yani Wiartiningsih, S.Pd yang telah menyemangati dalam penyelesaian skripsi ini.

10. Seluruh teman-teman seangkatan. Manajemen angkatan 2014 yang selalu mengisi hari-hari menjadi sangat menyenangkan.
11. Terima Kasih kepada Santi Kusmana Putri, A.Md yang selalu memberi dukungan dan semangat pada penyusunan skripsi ini.
12. Terima kasih kepada team ruksak, Hadika Nugraha, Rizal M Taufik, Mochammad Eko P, Gilang Triyana dan Satriawan yang sudah membantu dan memberi semangat pada penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran, kritik dan masukan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Bandung, 24 September 2018

Penulis

(Yudha Wadiyan)