

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME, karena berkat rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan *Celebrity Endorser* Chelsea Islan Pada Iklan *Capture The Real You* Terhadap Minat Beli Konsumen Di Jakarta Pada Produk Oppo F5”**. Penelitian ini sebagai salah satu syarat kelulusan dan untuk mencapai gelar Sarjana Satra Satu (S-1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Marketing Communication & Advertising, Universitas Mercu Buana.

Dalam penyelesaian skripsi ini tidak jarang penulis menemui berbagai macam kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat mengatasi kesulitan tersebut. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang secara langsung atau tidak langsung membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

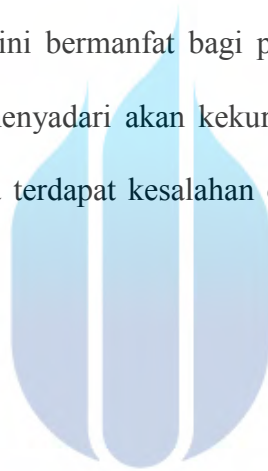
Dengan tulus penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Keluarga tercinta, terlebih untuk kedua Orang Tua penulis Bapak Tjoeng Nam Kin dan Ibu Tjhang Khun Yun, serta kedua kakak kandung saya Fendi dan Yani yang selalu melimpahkan cinta, doa, motivasi dan pengorbanannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Morissan.,Ph.D. Selaku dosen pembimbing, atas kesediaan, kesabaran, kritik dan saran, ilmu serta wawasan yang beliau berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku ketua bidang studi Advertising & Marcomm Universitas Mercu Buana, serta selaku ketua sidang skripsi, terima kasih atas masukannya untuk perbaikan penelitian ini.
4. Ibu Dewi Sad Tanti, M.Si. selaku penguji pada seminar proposal, terima kasih atas masukan dan saran yang ibu berikan untuk perbaikan penelitian ini.
5. Ibu Tri Diah Cahyowati., M.Si selaku penguji ahli pada sidang skripsi, terima kasih atas masukannya untuk perbaikan penelitian ini.
6. Ibu Sri Hesti, M.Ikom. selaku dosen mata kuliah Riset, yang selalu membantu dan memberikan saran serta kritik kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen *Marketing Communication & Advertising* Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
8. Teman – teman seperjuangan di Jurusan *Marketing Communication & Advertising* angkatan 2014 Universitas Mercu Buana, khususnya Ibu Sri Lestari, M. Barkah, Wandu, Lutfiansyah, Dea Resti Gustiara, Mutirah, Catur Wulandari dan Puji Setiadi, yang telah banyak membantu dan memberikan support kepada penulis.
9. Almarhum Dr. Didi Hartono yang telah menginspirasi dan memotivasi penulis untuk dapat melanjutkan pendidikan dengan geras S1, Semoga amal ibadah Almarhum selalu di terima oleh Tuhan Yang Maha Esa.

10. *Last but not least*, Ester Maritza (cinderlulu), Takoda Setiabudi, Surianti (Surry yank), dan Marwan Perkasa terima kasih atas doa, support dan motivasinya untuk penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, semoga Tuhan YME berkenan membalas segala kebaikan dari seluruh pihak yang telah membantu sejak awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan penelitian di bidang ilmu komunikasi. Penulis menyadari akan kekurangan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Sekian dan terima kasih.



Jakarta, 14 Februari 2019

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Chandra