

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya yang tiada terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul *"Pengaruh Media Sosial TikTok Shop terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNPAS Angkatan 2021"*. Skripsi ini disusun sebagai salah satu bentuk pertanggungjawaban akademik sekaligus syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan, Bandung.

Perjalanan dalam menyusun skripsi ini bukanlah proses yang mudah. Diperlukan ketekunan, ketelitian, dan komitmen yang tinggi dalam melalui setiap tahap penelitian. Berbagai kendala dan tantangan tentu penulis hadapi, baik yang bersifat teknis maupun non-teknis. Namun, berkat doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. H. Yogi Muhammad Yusuf S.I.Kom.,M.Pd selaku dosen wali/pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti juga dengan penuh rasa hormat dan tulus, menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Kunkurat M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.

2. Bapak Dr. H. Rasman Sonjaya S.Sos., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.
3. Ibu Dr. Mira Rosana M.Pd selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.
4. Ibu Dr. Ida Hindarsah S.Sos., M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.
5. Bapak Vera Hernawam S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.
6. Ibu Dr. Almadina Rakhmaniar S.Psi., M.I.Kom dan Bapak Dr. Qisthy Rabathy S.I.Kom., M.Si selaku Dosen Penguji dalam penelitian ini.
7. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, yang telah membagikan ilmu, pengalaman dan wawasan yang sangat berharga selama menempuh studi.
8. Para responden yaitu mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan angkatan 2021 yang sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner penelitian.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan banyak terima kasih yang sangat dalam kepada keluarga serta kerabat terdekat yang telah menjadi pilar utama dalam proses ini, yaitu:

1. Kedua orang tua tercinta, yang telah memberikan cinta, doa, dukungan moral dan materi yang tiada henti. Kasih sayang serta pengorbanan yang tulus dari Papah dan Mamah mejadi semangat utama dalam penyelesaian penelitian ini.

2. Royan, yang selalu hadir memberikan dukungan emosional, semangat dan motivasi di tengah segala dinamika studi yang dihadapi.
3. Seluruh anggota Magelkom: Firda, Novi, Fattah, Diki, Augy, Rizki dan Krisna, yang telah menjadi bagian dari proses belajar dan bertumbuh bersama, serta memberikan banyak bantuan dan kenangan berharga selama masa studi.
4. Terakhir, kepada diri sendiri yang telah berjuang, bertahan dan terus berproses hingga titik ini, melewati berbagai fase naik turun dengan semangat yang terus dijaga.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai bahan kajian akademik maupun sebagai referensi dalam pengembangan studi mengenai media sosial dan perilaku konsumen di era digital saat ini.

Bandung, 02 Juni 2025

Peneliti