

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat mampu menyelesaikan penulisan proposal penelitian yang berjudul “Analisis Content Marketing dan Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen dalam melakukan pembelian di Outlet Mixue (Studi Pada Mahasiswa Bisnis Digital Unimed)” tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan proposal penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Digital di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Penyusunan proposal penelitian ini tentunya tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, sehingga proposal penelitian ini dapat selesai. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Baharuddin, ST., M.Pd. selaku Rektor Universitas Negeri Medan.
2. Bapak Dr. Haikal Rahman, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dan Selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis.
3. Ibu Dr. T. Teviana, S.E., M. Si. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
4. Ibu Akmal Huda Nasution, S.E., M. Si. selaku Wakil Dekan Bidang Keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

5. Bapak Dr. Dionisius Sihombing, M. Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
6. Ibu Aprinawati, S.E, M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
7. Bapak Rangga Restu Prayoga S.A.B., M.Si selaku Seketaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
8. Bapak Dr. Haryadi, S.Kom., M.Kom selaku Ketua Prodi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
9. Bapak Dr. Azizul Kholis, S.E., M.Si., M.Pd., CMA. Dosen Pembimbing skripsi yang sudah meluangkan waktu, memberi bimbingan, dan mengarahkan penyusunan proposal penelitian ini.
10. Seluruh Bapak/ Ibu Dosen Prodi Bisnis Digital yang telah membimbing dan memberikan pengetahuan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Prodi Bisnis Digital Kelas B Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
11. Bapak/Ibu Staff Pegawai dan Administrasi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, yang telah membantu penulis dalam mengurus administrasi.
12. Teristimewa Kepada Kedua Orang Tua penulis Alm. Bapak Soleman Sipahutar dan Ibunda Rosnidar Pohan yang selalu mendoakan, mendukung, memotivasi, serta memberikan materi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan baik.
13. Kakak dan Adik penulis Astri Novia, Laila Fatma Fadillah dan Nur Ainun Sipahutar yang telah mendukung dan memberikan motivasi penulis selama perkuliahan.

14. Rekan-rekan angkatan 2020, Program Studi Bisnis Digital terkhususnya Bisnis Digital B dan teman-teman yang selalu memberikan bantuan dan semangat kepada penulis mulai dari awal perkuliahan hingga penulisan skripsi khususnya: Kristina Maretta Sihite, Gracia Lubis, Lia Debersi Br Depari, dan Annisyah Rahmadani Hasibuan.
15. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terimakasih atas segala bantuannya selama proses penyusunan skripsi ini.

Terlepas dari itu, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam penyusunan proposal penelitian ini baik dari segi kata maupun susunan kalimat dan tata bahasanya. Oleh sebab itu dengan hati terbuka penulis menerima segala kritik dan saran dari pembaca agar penulis dapat memperbaiki proposal penelitian ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan berharap semoga proposal penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan inspirasi bagi pembaca.

