KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Adapun judul dari Skripsi ini adalah " **Pengaruh Viral Marketing dan Hedonic shopping Motivation Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Pengguna E-Commerce TikTok Shop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan**". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi guna meraih gelar Sarjana Bisnis Digital (S-1) pada Program Studi Bisnis Digital, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Medan.

Dalam proses penyusunan skripsi, penulis secara langsung maupun tidak langsung mendapat bantuan dan masukan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Baharuddin, S.T., M.Pd., selaku Rektor Universitas Negeri Medan.
2. Bapak Dr. Ir. Haikal Rahman, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Medan.
3. Ibu Dr. T. Teviana, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Medan.
4. Ibu Aprinawati S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Medan.
5. Bapak Dr. Haryadi, S.Kom. M.Kom., selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Medan dan selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis.
6. Bapak Dr. Salman Munthe, S.Pd., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis, yang telah dengan tulus meluangkan waktu, memberi ilmu pengetahuannya, serta memberikan bimbingan, masukan, dan semangat sepanjang proses pengerjaan skripsi ini. Tanggung jawab dan ketekunan beliau dalam mengoreksi serta menyempurnakan isi skripsi menjadi salah satu faktor penting terselesaikannya skripsi ini dengan baik..

7. Bapak Dr. Haryadi, S.Kom., M.Kom., selaku Dosen Penguji pertama penulis yang telah banyak memberikan masukan serta kritik yang membangun penulisan skripsi ini
8. Bapak Miftah El Fikri, S.E., M.Si., selaku Dosen Penguji kedua penulis yang telah memberikan ilmu dan ketulusan dalam menguji skripsi penulis serta dengan tulus memberikan masukan dan bimbingan sepanjang proses pengerjaan skripi.
9. Bapak Dr. Dedy Husrizal Syah, S.E., M.Si, selaku dosen Penguji ketiga penulis yang telah memberikan ilmu serta saran dalam penulisan skripsi ini.
10. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen di Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, yang telah mencurahkan ilmu dan wawasan kepada penulis selama proses perkuliahan berlangsung.
11. Teristimewa kepada kedua orang tua saya Ayak Muhammad Ali Tanjung, Mamak Hamida Julianti dan adik adik saya Zahra Nadira Almi Tanjung, Maulana Akbar Almi Tanjung, dan keysa Latifah Almi Tanjung dan juga keluarga besar saya Ambiar Family yang telah memberikan dukungan kepada penulis dari awal kuliah, serta kehidupan di kota Medan, dan terus men-doakan dari rumah. Semoga penulis bisa membalas kemurahan hati mereka di suatu hari nanti.
12. Rekan-rekan saya di grup Magnificient, yang selama ini berbagi cerita keseharian dan berjuang bersama dari awal kuliah hingga pada tahap penulisan skripsi.
13. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan kelas Bisnis Digital B angkatan 2022, atas kebersamaan, dukungan, dan pengalaman berharga selama kurang lebih empat tahun menempuh perkuliahan bersama.
14. Kepada *TikTok* yang telah menemani keseharian pengerjaan skripsi penulis dari pagi hingga malam.
15. Terakhir namun tidak kalah penting, untuk diri sendiri. Terima kasih Yasir Almi Tanjung, Yang terus berjuang menyelesaikan kepingan kepingan hidup hingga sekarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik serta saran yang membangun dari para pembaca sangat penulis harapkan guna menyempurnakan skripsi ini di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menjadi bahan masukan yang berarti bagi mereka yang memerlukannya.

Medan, 11 Juli 2026

Penulis,



Yasir Almi Tanjung