

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Analisis Pengaruh *Mobile Advertising* Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening”. Tujuan penulisan tesis ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S2 Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung.

Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua dan keluarga yang senantiasa mendoakan dan mendukung Penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
2. Bapak Dr. Gadang Ramantoko, selaku dosen pembimbing atas ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing, mendukung dan mengarahkan penulis.
3. Bapak Prof. Dr. Hiro Tugiman, QIA., CRMP, Ibu Dr. Maya Ariyanti, SE., MM dan Bapak Andri Alamsyah, S.Si., M.Sc selaku penguji proposal tesis dan penguji tesis, yang telah menguji dan memberikan saran dan masukan kepada Penulis.
4. Jajaran dosen dan karyawan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom atas dukungannya
5. Rekan-rekan MM Bistel 14 PJJ-4
6. Semua pihak yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk menyelesaikan penulisan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan segenap kerendahan hati, penulis berharap semoga segala kekurangan yang ada pada tesis ini dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik dimasa yang akan datang.

Bandung, 6 Juli 2018

Hendrino
2401150109