

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “*Pengaruh Interaksi Pelanggan di Aktivitas Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness, Electronic Word of Mouth & Purchase Intention pada Paket Internet Berbasis IMEI (Paket TAU)*”. 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. Dr. Maya Ariyanti, selaku pembimbing yang selalu memberikan banyak wawasan dan ilmu. Semoga bimbingan yang Ibu berikan menjadi amal baik.
2. Seluruh Dosen dan Asisten Pengajar dari Program Studi Magister Manajemen yang banyak membantu penulis.
3. Orang tua penulis, Papa & Mama, yang selalu mendoakan penulis.
4. Istri penulis, Lidya, beserta anak penulis, Atha & Keinarra, yang selalu memberikan dukungan selama proses belajar dan penulisan tesis ini.
5. Rekan kelas professional dan rekan kerja yang selalu mendukung & memberikan pengertiannya selama proses belajar & 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.

Jakarta, 18 Mei 2020

Ario Pudianingrat

NIM: 2401171062