

## KATA PENGANTAR

*Bismillaahirrahmaanirrahiim.*

Puji serta syukur kehadiran Allah SWT yang Maha Ghafur dan Maha Syakur, atas rahmat, karunia, taufik serta hidayah-Nya segala bentuk rasa dan karya manusia tercipta atas ijin dan kuasa-Nya. Shalawat serta salam senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, ulama dan kita selaku umatnya hingga akhir zaman.

Alhamdulillah, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini, dengan judul **“Peran Sales Promotion dan Event Image Terhadap Impulse Buying Pada Produk Sepeda Motor Honda di Jawa Barat.”** Tesis ini merupakan karya penulis guna memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S2 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung.

Dalam penulisan tesis ini, penulis banyak mendapatkan dorongan, bantuan dan bimbingan yang sangat berharga dan bermanfaat dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis ucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. DR. Maya Ariyanti, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan tesis ini yang senantiasa meluangkan waktunya serta memberikan pengarahan, nasehat dan ilmunya hingga selesainya tesis ini.
2. Indira Rachmawati, S.T., M.S.M., Ph.D., Dr. Teguh Widodo, S.E., S.T., M.M. dan Indrawati, M.M., Ph.D. selaku tim Dosen Penguji tesis ini.
3. DR. Riko Hendrawan, ACP., CFC., CSCP., QIA selaku Dosen Wali penulis.
4. Hormat bakti penulis persembahkan untuk kedua orang tua, Bapa Aris Sudjana dan Mamah Siti Komariah yang tak putus-putusnya memanjatkan doa dan dukungan untuk kesuksesan penulis.
5. Terkasih dan tercinta istri penulis, Suci Puspitasari, S.Kep, tesis ini persembahkan teristimewa untukmu. Anak-anakku Farros Fauzaan, Yumna Abqory Keanu Ropik, Zhafira Ahya Khalisa, Razana Faheematur Ropik, semoga kalian bisa melebihi jenjang pendidikan papamu kelak.

6. Bapak Demmy Firmansyah selaku Manajer Promosi PT. Daya Adicipta Motora beserta jajaran manajemen Main Dealer Honda Motor Jawa Barat atas kesempatan dan dukungannya sebagai perusahaan yang menjadi obyek penelitian tesis ini.
7. Seluruh Dosen Pengajar Magister Management Telkom University serta seluruh staf PAMM dan rekan-rekan seperjuangan kelas Eksekutif 37 MM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom.
8. Semua pihak yang telah turut membantu penulis selama proses perkuliahan dan penulisan tesis ini, yang tidak dapat penulis cantumkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan, doa dan motivasinya.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan senantiasa melimpahkan karunia serta rahmat-Nya pada kita semua.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari tesis ini, baik materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Bandung, 4 Januari 2021

Penulis,



Mohamad Ropik  
NIM. 2401182109