KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis limpahkan kepada kehadirat Allah SWT yang berkat Rahmat dan Hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul "***Pengaruh eWOM dan Brand Image Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pengguna Shopee di Indonesia)***". Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan jenjang S1 Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung.

Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, serta juga motivasi yang sangat besar dalam penuisan ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Teguh Widodo, SE., ST., MM selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah memberikan kritik serta saran bimbingan maupun arahan yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Andry Alamsyah S.Si., MSC selaku Dosen Wali penulis yang telah berperan besar dalam penyelesaian studi penulis.
3. Ibu Ratih Hendayani, S.T., M.M., Ph.D. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (MBTI) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Telkom University.
4. Ibu Dr. Ratri Wahyuningtyas, ST., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Telkom University.
5. Orang tua penulis, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa yang tiada henti kepada penulis.
6. Rekan rekan penulis serta pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan selama pelaksaan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari masih adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Sehingga saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Akhir kata semoga skripsi ini dapat menjadi ilmu yang bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Bandung, 21 Juni 2023

Yang membuat pernyataan

Nandika Rahadian Herlanda

1401180520