

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi/tesis dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing Activity Instagram, Brand Equity Dan e-WOM Terhadap Purchase Intention Di Kogarashi Coffee*”. Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S-1 Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika Fakultas Eonomi 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. Dedi Iskamto, S.E., M.M.
2. Dr. Maria Apsari Sugiat, S.E.Ak., M.M.
3. Sri Widiyanesti, S.T., M.M., Ph.D.
4. Ir. Dodie Tricahyono, M.M., Ph.D.MM.
5. Ayahanda Alm. Ahmad Taufik Alhasyari dan Ibunda Feni Yusnita
6. Pihak-pihak yang berkontribusi pada penelitian ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna melengkapi segala kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.