

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi/tesis dengan judul “PERAN CONSUMER ETHNOCENTRISM DALAM MEMEDIASI PENGARUH E-WOM TERHADAP BRAND EQUITY (STUDI PADA SHOPEE DAN BUKALAPAK)”. Adapun tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memperoleh gelar sarjana dari program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (MBTI) Universitas Telkom.

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. Allah SWT yang telah memberikan ridho dan kesehatan sehingga melancarkan penelitian ini.
2. Bapak Dr. Teguh Widodo, S.E., S.T., M.M selaku dosen pembimbing yang sudah bersedia memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
3. Ibu Lia Yuldinawati, S.T., M.M., Ph.D. selaku dosen wali dari penulis.
4. Ibu Dr. Ratri Wahyuningtyas, S.T., M.M., Ph.D. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom.
5. Ibu Ratih Hendayani, S.T., M.M., Ph.D. selaku kepala prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Universitas Telkom.
6. Kedua orang tua penulis serta kakak penulis yang telah memberikan dukungan penuh selama penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat meningkatkan kemampuan dalam Menyusun penelitian ini.