KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Kesadaran Merek, Citra Merek dan Ekuitas Merek di Shopee terhadap Niat Beli Produk Pop Mie". Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S1 Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ratri Wahyuningtyas, S.T., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Telkom.
2. Ibu Ratih Hendayani S.T., M.M., Ph.D., selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Universitas Telkom.
3. Bapak Dedi Iskamto S.E., M.M., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan do'a, bimbingan, dukungan, saran, motivasi dan arahan dari awal hingga penyusunan skripsi selesai.
4. Ibu Irni Yunita, S.T., M.M. Dr., selaku Dosen Wali yang selalu memberikan dukungan dan nasihat selama menjalani masa perkuliahan.
5. Jono dan Mursiti, sebagai orangtua penulis yang selalu memberikan dukungan dalam proses penelitian ini serta mendoakan peneliti agar selalu dimudahkan

Dalam penelitian ini, dengan segala keterbatasan pengetahuan, penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari sempurna. Dengan segenap kerendahan hati, penulis berharap semoga segala kekurangan yang ada pada penelitian ini dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik di masa yang akan datang.

Bandung, 1 November 2024

Dicky Rifai

1401193522