

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih dan penyayang. Segala puji hanya bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam, atas rahmat dan berkah yang luar biasa sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini. Tesis yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Emoji dalam *Firm-Generated Content* Somethinc pada Platform X terhadap *Purchase Intention*”. Tujuan penulisan tesis ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S-2 Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan 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 terimakasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Dosen Pembimbing Ibu Dr. Maya Ariyanti, S.E., M.M. yang telah berkontribusi dan memberikan penilaian, komentar, dan saran yang sangat berharga selama penyelesaian dan penyelesaian tesis ini.
2. Dosen Penguji Bapak Dedi Iskamto, SE., M.M., PhD. selaku penguji I dan Bapak Dr. Riski Taufik Hidayah, SE., M.M. selaku penguji II yang telah bersedia menguji dan memberikan arahan terkait dengan tesis ini hingga dapat lebih baik lagi dalam penyusunannya.
3. Kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan memberikan kasih sayang, doa, dukungan, dan semangat untuk setiap jalan yang dipilih penulis.

Akhir kata, saya menyadari bahwa pembuatan tesis ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya menerima kritik dan saran terkait pembuatan tesis ini. Semoga tesis ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi perkembangan dunia pendidikan atau bagi yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut.