

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah atas syukur, dan segala puji bagi Allah SWT atas kelimpahan rahmat, sehingga judul dapat ditambahkan pada tesis. “Pengaruh *Brand Experience*, *Brand Image* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Brand Trust* sebagai Mediasi. Salah satu syarat kelulusan dipenuhi dengan penulisan tesis ini program Magister (S-2) pada Program Studi Pendidikan Jarak Jauh S2 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung.

Penulis mendapatkan banyak arahan, kritik, saran, serta dukungan yang berharga selama proses penelitian ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Rina Djunita Pasaribu, M.Sc. dan Ibu Dr. Maria Sugiat, SE.AK., M.M., sebagai dosen pembimbing, atas kontribusi besar mereka dalam memberikan arahan, bimbingan, perhatian, serta saran yang sangat berharga dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Seluruh responden yang dengan sukarela meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, yang menjadi data primer dalam penelitian ini.
3. Para dosen penguji proposal tesis yang telah memberikan saran dan bantuan yang sangat berarti untuk memperbaiki isi dari tesis ini.
4. Ibu Dr. Irni Yunita, S.T., M.M., sebagai dosen wali, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan semangat selama masa perkuliahan di Universitas Telkom.
5. Seluruh dosen pengajar di Program Studi PJJ S2 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan pengalaman berharga selama masa studi.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan, semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada mereka semua. Aamiin

Pekanbaru, 24 Oktober 2024

Laisitha Sundari

2403221064