

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian dengan judul Pengaruh Product Collaboration terhadap Purchase Intention di Happy Go Lucky dengan Consumption Value dan Customer Equity sebagai Variabel Mediasi dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini disusun untuk memenuhi syarat akademik untuk bisa menyelesaikan studi Magister.

Penyusunan penelitian ini dibantu dengan dukungan, bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak yang telah memberikan waktu, pikiran dan tenaganya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Indira Rachmawati S.T.,M.S.M.,Ph.D., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, dan masukan yang berharga selama proses penelitian dan penulisan laporan ini.
2. Ibu Siska Noviaristanti, S.Si., M.T., Ph.d, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan fasilitas dan dukungan dalam kelancaran penelitian ini.
3. Tim Manajemen Happy Go Lucky, yang telah memberikan informasi, izin penelitian, serta dukungan penuh selama proses pengumpulan data.
4. Orang Tua, Keluarga dan Rekan rekan penulis, yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan moral tanpa henti.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

Bandung, 14 Januari 2025

Fara Hanissa Almas