

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 Analisis Pengaruh *Social media marketing activities* Terhadap *Brand loyalty, Brand equity, dan Brand trust* pada PT XYZ. Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S-2 Program Studi PJJ S2 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung.

Dalam penulisan tesis ini, penulis memperoleh banyak bimbingan, kritik, saran, dan dorongan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan rasa hormat dan rendah hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Maria Apsari Sugiat, S.E.Ak.M.M, sebagai dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan, motivasi, dan bimbingan, serta meluangkan waktu baik untuk penyelesaian tesis ini maupun untuk pengembangan pribadi penulis selama ini.
2. Para dosen penguji yang memberikan kritik dan saran yang membangun dalam rangka penyelesaian tesis ini.
3. Dr. Ratri Wahyuningtyas, dosen wali, atas dukungannya selama proses pendidikan.
4. Seluruh jajaran dosen, tenaga kependidikan, dan keluarga besar Program MMPJJ Universitas Telkom yang telah memberikan bimbingan dan dukungan dalam perjalanan pendidikan penulis.
5. Kedua orang tua penulis, ayahanda Kasno dan ibunda Isna, yang selalu menjadi sumber inspirasi. Terima kasih atas teladan, kasih sayang, dukungan, dan doa yang selalu menyertai penulis hingga dapat menempuh pendidikan sampai titik ini.
6. Istri tercinta Mayang, serta anak penulis, Byankama, yang selalu mendampingi dan memberikan dukungan moral, yang menjadi alasan penulis untuk terus maju dan berjuang.
7. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu dalam tesis ini.