

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya yang telah memungkinkan penulis menyelesaikan penelitian berjudul "Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan *Social influence* terhadap Keputusan Pembelian produk Jersey Erspo Timnas Indonesia." Penelitian ini disusun dalam rangka salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S-1 Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung. Banyak orang telah mendukung, membimbing, dan mendorong penulis dalam proses menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Ibu R. Amalina Dewi Kumalasari, S.AB., M.AB. selaku dosen pembimbing yang memberikan ilmu dan arahnya selama proses penyusunan penelitian ini.
2. Bapak Syahputra, Ph.D selaku dosen pembimbing pertama
3. Bapak Rajiv Dharma Mangruwa, D.B.A selaku dosen pembimbing kedua
4. Ibu Yulia Nur Hasanah, S.Si., MBA. selaku Dosen Wali yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatiannya kepada penulis selama perkuliahan
5. Prof. Dr. Ratri Wahyuningtyas, S.T., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom, atas fasilitas dan dukungan yang diberikan beliau.
6. Bapak Dr. Akhmad Yunani, S.E., M.T selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Telkom atas fasilitas dan dukungan yang telah diberikan.
7. Ayahanda Fakhrrur Razi dan Ibunda Nia Octania yang memberikan kasih sayang, kerja keras, atas seluruh doa dan dukungannya yang tiada henti diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

8. Rafi, Arkan, Syaiful, Gilang, dan teman-teman maupun rekan seperjuangan di Program Studi Administrasi Bisnis, yang selalu memberikan motivasi dan membantu selama proses penelitian ini.
9. McLaren Formula 1 Team, sebuah nama yang bukan hanya sekadar tim balap, melainkan juga sumber inspirasi personal bagi penulis. Terima kasih telah mengajarkan makna dari kesabaran dalam mengejar cita-cita, bahkan ketika badai tantangan menerpa. Kalian adalah bukti nyata bahwa menghargai setiap proses, sekecil apa pun langkahnya, adalah kunci untuk mencapai puncak. Setiap tikungan di lintasan, setiap strategi di *pit wall*, setiap usaha *engineer*, dan kerja keras para *driver*, terkhususnya Lando Norris yang telah menjadi cerminan bahwa ketekunan dan adaptasi adalah esensi dari sebuah keberhasilan, yang akhirnya bisa menjuarai *World Constructors' Championship* lagi pada 2024 sejak terakhir pada tahun 1998.
10. Semua pihak yang penulis tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam proses penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Proses penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari berbagai hambatan, baik dari segi teknis maupun nonteknis, yang membutuhkan upaya yang besar untuk diatasi. Namun, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini hingga tahap akhir berkat bantuan, dukungan, dan masukan dari berbagai pihak. Penulis terbuka untuk kritik dan saran yang bermanfaat untuk memperbaiki penelitian ini di masa mendatang. Setiap kritik akan bermanfaat bagi penulis untuk meningkatkan penelitian di bidang serupa.

Selain itu, penulis berharap karya ini akan bermanfaat bagi banyak pembaca yang belajar tentang ilmu pemasaran. Mereka juga berharap mahasiswa, akademisi, dan praktisi yang ingin mempelajari hubungan antara *brand image*, kualitas produk dan *social influence* dengan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Semoga penelitian lanjutan di masa depan yang akan memperluas pengetahuan dan solusi di bidang pemasaran digital dapat menjadi

dasar untuk penelitian ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada pembaca karena telah membaca penelitian ini. Karya ini mungkin merupakan salah satu kontribusi kecil untuk mengatasi tantangan dan kebutuhan dunia pemasaran modern yang terus berubah.

Bandung, 27 November 2024

Penulis

Muhammad Farid Adrifan