

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan judul “Analisis Pengaruh *Social Media Marketing Features* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Mediasi *Brand Trust* Pada Industri Mobil Listrik”. Tesis ini disusun sebagai bagian dari persyaratan kelulusan jenjang pendidikan Magister (S2) pada Program Studi PJJ S2 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung.

Dalam proses penyusunan ini, penulis menerima banyak bantuan, arahan, masukan, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Maria Apsari Sugiat, S.E.Ak., M.M. selaku dosen pembimbing.
2. Ibu Yuhana Astuti, S.Si., S.E., M.T., M.Agr., Ph.D. selaku Kepala Program Studi S2 Magister Management PJJ
3. Ibu Dr. Ir. Nora Amelda Rizal M.Sc., M.M. selaku dosen penguji
4. Ibu Maya Irjayanti S.E., MBA., PhD selaku dosen penguji
5. Bapak Adhi Prasetyo S.T., M.M. selaku dosen penguji
6. Bapak Dr. Dadan Rahadian, S.T., M.M. selaku dosen Wali
7. Kedua Orang Tua penulis, Bapak H. Rojani dan Ibu Hj. Maryati, yang memberikan dukungan dan motivasi yang tiada henti.
8. Pihak-pihak yang membantu penyusunan proposal ini

Diharapkan tesis ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, terutama di bidang manajemen dan pemasaran. Penulis juga berharap ini dapat diterima dengan baik dan menjadi pijakan awal menuju keberhasilan di masa mendatang.