

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Pengaruh Social Media Marketing dan eWOM Pada Aplikasi TikTok Terhadap Purchase Intention Brand Skin Game”. Tujuan penulisan tesis ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang Pendidikan S-2 Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung.

Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dra. Indrawati. M.M., Ph.D., selaku dosen pembimbing dalam penulisan tesis penulis yang telah membimbing, meluangkan waktu, dan saran terhadap tesis penulis
2. Dr. Gadang Ramantoko dan Citra Kusuma Dewi Ph.D., selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dan saran
3. Dr. Ir. Ratna Lubis M.M., sebagai Dosen Wali yang telah membimbing selama penulis mengambil Pendidikan hingga terselesaikannya tesis ini
4. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moral maupun moril selama hidup penulis
5. Rekan-rekan seperjuangan yang tidak hanya rekan dalam berdiskusi, tetapi keluarga penulis selama pendidikan