

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis ini, dengan judul “**Pengaruh Penerapan *Digital Marketing* Dan *Customer Relationship Management* terhadap Keputusan Pembelian Ulang (*Repurchase Decision*) Layanan Produk Indihome**” tesis ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Magister Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang ditempuh di Universitas Telkom Bandung. Dengan selesainya tesis ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada;

1. Kepada Allah SWT, Yang Telah Memberikan banyak Rahmat, Hidayah, serta Manfaat dan keberkahanNya kepada kami.
2. Kepada Pembimbing Thesis saya, Dra.Indrawati, M.M Ph.D yang saya hormati
3. Orang tua kami , Bpk Dr.H. Zulgani, Dr. H. Teguh Hari Santosa, Hj.Wiwik Diyanti,SE dan Ir.Hj.Oktarina.MP yang telah mendidik kami dalam semua hal kebaikan.
4. Keluarga, Tesar Akram Pratama S.kom (Suami tercinta), Wilza Utami dan Robiyansah (Kakak), dan Karisma Nabil Santosa (Adik).
5. Kepada Jajaran Management PT Telkom Indonesia (Jambi) yang telah memberikan kesempatan Melaksanakan Study Magister Management
6. Seluruh Pengajar, Staff, dan Teman-teman Angkatan Profesional 10 Magister Management Fakultaas Ekonomi & Bisnis Telkom University.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari tesis ini, baik materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Bandung,4 Januari 2021

Penulis,



Sausan Dwi Amanda

2401182087