

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Sales Promotion* Terhadap *Impulse Buying* dengan *Positive Emotion* Sebagai Variabel Intervening pada *Marketplace* Shopee”. Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S-2 Program Studi 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 terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Indrawati, M.M., Ph.D selaku Dosen pembimbing 1 atas segala perhatian, bimbingan, pengarahan, motivasi dan nasihat dalam penyusunan tesis ini.
2. Ibu Indira Rachmawati, S.T., M.S.M., Ph.D selaku Dosen pembimbing 2 atas segala perhatian, bimbingan, pengarahan, motivasi dan nasihat dalam penyusunan tesis ini.
3. Bapak Dr. Gadang Ramantoko selaku Dosen Wali atas segala perhatian, bimbingan, pengarahan, motivasi dan nasihat dalam penyusunan tesis ini.
4. Kedua orang tua yang sudah membesarkan dan membimbing serta mendukung penuh dalam setiap hal kepada peneliti.
5. Seluruh pengajar, jajaran manajemen dan staf Magister Management Telkom University yang telah mendidik, memberikan kesempatan melaksanakan study dan membatu segala administrasi.
6. Teman-teman kelas Eksekutif 39 yang senantiasa saling bertukar pikiran dan saling memotivasi.
6. Bunga, Hehe, dan Tasya yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
7. Lala yang selalu menemani saya mengerjakan penelitian ini.
8. Faza Rizqi Karimi yang selalu memberikan saran, motivasi dan selalu mendampingi dalam menyelesaikan tesis ini.