

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “Pengaruh *Social Media Quality*, *Social Media Quantity*, *Social Media Credibility* dan *E-wom* terhadap *Revisit Intention: Destination Brand Awareness* dan *Destination Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening*”. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S-2 program studi Magister Manajemen pada Universitas Telkom.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, motivasi, dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Indrawati, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan serta membantu penulis dalam menyelesaikan tesis.
2. Dr. Maya Ariyanti, S.E., M.M. selaku dosen penguji I dan Heppy Millanyani, Ph.D. selaku dosen penguji II atas masukan dalam penulisan tesis.
3. Dr. Palti MT Sitorus, M.M. selaku dosen wali yang telah memberikan masukan, arahan serta memberikan informasi akademis.
4. Misdjono dan Aloh Yurita selaku orang tua penulis yang telah memberikan doa serta dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan tesis.
5. Utin Mutia dan Dannisa Rahadatul Aisy selaku kakak dan adik penulis yang telah mendukung serta menghibur penulis selama menyelesaikan tesis.
6. Rahma Dwi Aniza selaku teman penulis yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian tesis.

Penyusunan tesis ini telah disusun sebaik-baiknya namun tetap saja terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun perbaikan selanjutnya. Semoga tesis ini memberikan manfaat.

Bandung, 27 April 2022

Tissa Aulia Damayanti

2401211050