

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang memiliki judul “Pengaruh E-WOM dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek Sebagai Variabel *Intervening* Pada *Smartphone* Vivo”. Skripsi ini ditulis dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang S1 Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom. Selama penyusunan skripsi ini, penulis menerima bimbingan, umpan balik dan saran yang konstruktif, serta dorongan yang besar dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis memberikan terima kasih kepada :

1. Ibu Heppy Millanyani S.Sos.,M.M.,Ph.D selaku dosen pembimbing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom yang banyak menolong pada proses penyusunan skripsi ini sekaligus Dosen Wali MB-44-07
2. Bapak Teddy Sutanto dan Ibu Niken Meidiana selaku Orang Tua Penulis yang selalu memberi support.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih ada beberapa ketidaksempurnaan, mengingat kemampuan dan pengetahuan penulis yang masih terbatas. Oleh karena itu, membangun untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini akan sangat penulis hargai.

Bandung, 18 Januari 2024

Penulis,

Rava Fachrie Sutanto