

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 eWOM pada TikTok terhadap Niat Beli Konsumen untuk Produk *Skincare* Lokal”. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung.

Dalam proses penyusunan tesis ini, penulis banyak menerima bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Sri Widiyanesti, Ph.D., selaku pembimbing, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan dukungan yang tiada henti selama proses penyusunan tesis ini.
2. Bapak Prof. Dr. Sutarman, M.Sc., IPI., selaku penguji 1, atas kritik dan sarannya yang membangun serta kontribusinya dalam meningkatkan kualitas penelitian ini.
3. Bapak Dedi Iskamto, SE., MM., Ph.D., selaku penguji 2, atas masukan dan evaluasi yang sangat bermanfaat bagi penyempurnaan tesis ini.
4. Ibu Prof. Dra. Indrawati, M.M., Ph.D., selaku dosen wali, yang telah memberikan dukungan dan bimbingan selama penulis menjalani studi di Program Magister Manajemen.
5. Kedua orang tua penulis, yang selalu memberikan dukungan moral dan materiil, serta doa yang tiada henti.
6. Akhmad Razi dan teman-teman lainnya yang telah memberikan bantuan dan semangat selama proses penelitian dan penulisan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga tesis ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran dan perilaku konsumen.

Bandung, 27 Juli 2024

Karin Dwi Saphira