

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, karunia, dan kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang berjudul: "Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Issues* terhadap *Purchase Decision* melalui *Brand Image* pada Gerai Starbucks Purwokerto".

Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom Purwokerto. Topik ini diangkat berdasarkan perhatian dan isu nyata terhadap pentingnya strategi pemasaran berkelanjutan dan manajemen isu merek dalam memengaruhi perilaku konsumen modern, khususnya dalam konteks gerai Starbucks di Purwokerto. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *green marketing* dan *brand issues* dapat memengaruhi *purchase decision*, dengan *brand image* sebagai variabel mediasi.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan niat yang tulus, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala petunjuk dan kemudahan yang diberikan selama proses penelitian ini.
2. Mbak Yi dan Mama, atas doa, kasih sayang, dan dukungan moril yang tidak pernah putus.
3. Bapak/Ibu Dosen Pembimbing serta seluruh dosen dan staf Program Studi Bisnis Digital , Universitas Telkom Purwokerto yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang berharga selama proses penyusunan tugas akhir ini.

Penulis berharap, tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi akademik maupun sebagai kontribusi praktis dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen. Penulis juga menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat dalam penyusunan tugas akhir ini , dan berharap peneliti selanjutnya dapat menyempurnakan dengan hasil penelitian yang lebih baik.