

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan Allah SWT karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* pada Tiket.com di Indonesia. Tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S1 Program Studi Administrasi Bisnis, 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. Bapak Dr. Imanuddin Hasbi, S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan saran serta masukan dalam penyusunan penelitian ini.
2. Bapak Dr. Akhmad Yunani, S.E., M.T. & Ibu Fitriani Nur Utami, S.Si., M.M. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan, kritik dan saran untuk penelitian ini.
3. Ibu Devilia Sari, S.T., M.S.M. selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan, nasihat, serta dukungan selama menjalani perkuliahan.
4. Kedua Orang Tua, Abang, dan Kakak yang senantiasa memberikan dukungan, nasihat dan mendoakan penulis dalam kelancaran menyelesaikan penelitian ini.
5. Ahmad Fadhlullah dan Andra Farrel selaku sahabat yang telah membantu, memberikan saran dan masukan dalam pembuatan skripsi ini.
6. Aulia Rahma Jumardi yang sudah memberikan dukungan, saran, maupun bantuannya untuk penulis selama pembuatan dan penyusunan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Maka dari itu penulis berharap akan ada kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak agar skripsi ini bisa menjadi lebih baik lagi. Akhir kata, penulis

berharap penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat bagi penulis lain maupun pembaca.