

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan tugas proposal dengan judul ” Pengaruh Socsial Media Influencers terhadap Purchase Intentions dengan dimediasi Affinity, Brand Image, Loyalty, dan Trust pada produk ERIGO di kalangan pengguna TikTok DI Indonesia”. Tujuan penulisan proposal thesis ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S2 Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung Tersusunnya Proposal ini tidak terlepas atas bantuan banyak pihak yang telah membantu, untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

Bapak Dedi Iskamto, S.E., M.M., Ph. D selaku pembimbing utama yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu untuk membimbing penulis.

Ibu/Bapak sebagai penguji 1 dan penguji 2 yang telah memberikan arahan dan menguji penelitian saya sehingga penulisan thesis ini dapat berjalan dengan baik.

Ibu/Bapak selaku wali dosen akademik yang telah memberikan arahan serta masukan kepada penulis sehingga penulisan thesis ini dapat terselesaikan.

Bapak Cecep Abdulrahman selaku orang tua yang memberikan dukungan selama melakukan penelitian ini sehigga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.

Reza Muhammad Ridwan selaku adik yang membantu penelitian ini sehigga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.

Rama Nurul Azmi dan Bintang selaku teman yang membantu penelitian ini sehigga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.

Teman-teman seperjuangan yang selalu menemani dan membantu penulis selama pembuatan thesis.

Penulis menyadari penulisan Tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan segenap kerendahan hati, penulis berharap semoga segala kekurangan yang ada pada Tesis ini dapat dijadikan bahan pembelajaran yang lebih baik dimasa yang

akan datang. Penulis juga menyadari bahwa semua bantuan yang telah penulis peroleh tidak dapat penulis balas dengan selayaknya.