

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan Rahmat dan Karuni-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Pengaruh *Advertising Value*, *Emotional Appeal*, dan *Credibility* dalam Mendorong *Click Ad* dan *Purchase Intention* pada Produk Properti Rexvin”. Tujuan penulisan tesis ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S-2 Program Studi PJJ S2 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dosen Pembimbing dan Dosen Wali Ibu Dr. Maria Apsari Sugiati, S.E.Ak., M.M. yang telah memberikan pendampingan dari awal perkuliahan serta bimbingan saran dan masukan selama proses penulisan tesis ini.
2. Dosen Penguji Ibu Dr. Maya Ariyanti, S.E., M.M. dan Bapak Dedi Iskanto, S.E., M.M., Ph.D atas kesempatan dan rekomendasi dalam menyempurnakan proses penelitian ini.
3. Kedua Orang Tua, Abang dan Adik yang senantiasa menjadi sumber kekuatan, motivasi, serta doa selama proses penelitian dan penulisan tesis ini.
4. Sahabat dan rekan-rekan atas dukungan moral dan kebersamaan yang senantiasa menguatkan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Manajemen, khususnya dalam ranah pemasaran digital. Penulis juga menyadari bahwa dalam proses penyusunan tesis ini tentu masih terdapat keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap segala bentuk masukan, kritik, maupun saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan karya ini di masa mendatang.