

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul, dengan judul **Peran Social Media Marketing, Customer Relationship, Brand Loyalty Dan E-Wom Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen**. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Dr. Ir. Arief Kusuma A.P, MBA, selaku Rektor Pasca Sarjana Universitas Esa Unggul.
- (2) Dr. Tantri Yanuar Rahmat Syah, SE., MSM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul
- (3) Dr. Rina Anindita, SE., MM. selaku Kepala Program Studi Magister Management Universitas Esa Unggul
- (4) Prof. Dr. Endang Ruswanti, SE, MM selaku dosen yang membimbing, menguji dan telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini menjadi lebih baik;
- (5) Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Esa Unggul.
- (6) Kedua orang tua saya Stepanus Ketaren & Sri Muliana serta kedua adik saya Helfan Bastanta Ketaren & Naftali Liasta Ketaren yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan tesis ini, serta sahabat saya Lovinda Lianti & Missael David yang sudah banyak membantu saya dan teman teman MM angkatan 70 Universitas Esa Unggul.

Akhir kata, saya berterima kasih atas segala dukungan kebaikan semua pihak yang telah membantu penulisan Tesis ini. Semoga Tesis ini bermanfaat dan memberikan kontribusi yang positif bagi semua pihak.

Jakarta, 22 Februari 2022



(Helfi Aprila Wulandari Br Ketaren)