

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena penulis telah dapat menyelesaikan Penelitian Tesis ini dengan sebaik-baiknya dan tepat waktu. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam menyelesaikan Tesis program Pasca Sarjana (S - 2) Jurusan Pemasaran di Universitas Indonusa Esa Unggul.

Pada kesempatan ini penulis membuat penelitian yang mengetengahkan tentang Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Perilaku Pembelian Konsumen *On-Line* di Indonesia, karena pemasaran secara *on-line* berkembang pesat hampir di seluruh negara di dunia termasuk di Indonesia.

Bersama ini pula perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Kemala Motik Abdul Gafur. S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Indoneusa Esa Unggul.
2. Bapak DR. Ir. Alirahman, M.Sc. selaku Direktur Pascasarjana yang telah memberikan waktu, nasehat dan saran-sarannya terhadap penulisan tesis ini secara tidak resmi.
3. Bapak DR. Ir. Muhril Ardiansyah., MSc selaku dosen pembimbing tesis penulis.yang telah berkenan memberikan waktu, bimbingan dan perhatiannya kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak Drs. Husein Umar, S.E., M.M., MBA., selaku Pembantu Direktur I, yang telah berkenan memberikan waktu dan bantuannya kepada penulis dalam menyusun tugas akhir ini.
5. Bapak Dihin Septyanto, S.E., M.E., selaku Pembantu Direktur II, yang telah berkenan memberikan waktu dan bantuannya kepada penulis dalam menyusun tugas akhir ini.
6. Seluruh Dosen yang telah memberikan saran, petunjuk, bantuan dan bimbingannya kepada penulis selama menempuh masa studi hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Kepada rekan-rekan karyawan Fakultas Pascasarjana yang selama ini membantu dalam mengurus semua urusan yang berhubungan dengan akademik.
8. Rekan-rekan yang telah memberikan bantuan dan perhatiannya selama penulis menempuh masa studi, khususnya Indah, Jimmy, Cherrie, Anne, Yani, Pak Hans dan Pak Agung.
9. Keluargaku tercinta, Sigit Widodo, S.T., M.Si. dan Pramudito “Didit” Harjo Widodo, atas kesabaran, dukungan dan kasih sayangnya.
10. Kepada orangtuaku tercinta, Steve Runtulalo dan Anharyanthi Anwar, Kol. (Purn). DR. Achmad Santosa, Sp. B. dan Prof. Dra. Rudjiati Santosa yang telah memberikan dukungan tak terhingga.
11. Kakak-kakak dan adik-adikku tercinta, Yanes Chandra Dena, Sitha Saraswati, Monthy Rossellini, Ir. Wicaksono Santosa, M.Sc., Ir. Animan Inoe, dan Lindasari Santosa, S.E.

Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan informasi mengenai faktor-faktor yang berpengaruh dalam pembentukan perilaku pembelian konsumen *on-line* di Indonesia.

Jakarta, Juni 2005

Diana Silaswara Widodo