

KATA PENGANTAR

Dengan segenap puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan pimpinan-Nya yang selalu menyertai penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul **“Perbandingan Antara Kelompok Yang Melihat Iklan dan Yang Tidak Melihat Iklan Dengan Moderasi Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line)”** yang di ajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk menyelesaikan studi strata dua (S-2) Magister Manajemen, pada program Pascasarjana Universitas Esa Unggul. Dalam penyusunan tesis ini penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak baik berupa saran serta doa. Untuk itu pada kesempatan yang berharga ini izinkanlah penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arief Kusuma AP, MBA. Selaku Rektor Universitas Esa Unggul.
2. Bapak Dr. MF. Arrozi Adhikara, SE., M.Si., Ak, CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul.
3. Bapak Dr. Tantri Yanuar Rahmat Syah, SE., MSM. Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Esa Unggul.
4. Ibu Dr. Endang Ruswanti, SE., MM. Selaku pembimbing tesis yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta memberikan bimbingan, dorongan, petunjuk dan motivasi yang sangat bermanfaat dalam membantu penyusunan tesis ini.
5. Bapak dan ibu dosen serta para staf pasca sarjana program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Esa Unggul yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan berbagai fasilitas dalam penulisan tesis ini.
6. Istri dan teman-teman yang selalu mendampingi dan memberikan semangat dalam penyelesaian tesis di Magister Manajemen Universitas Esa Unggul.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah ikhlas memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan tesis ini.

Jakarta, 29 September 2015

Penulis

Budiharto Hasbun