

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 “Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Niat Beli dan Kesiediaan Konsumen Membayar Harga Premium pada RTD Jus di Indonesia” yang diajukan 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. Dr. Ir. Arief Kusuma A. P., MBA selaku Rektor Universitas Esa Unggul selaku Rektor Pasca Sarjana Universitas Esa Unggul dan Dosen Pembimbing yang telah bersedia dan sukarela memberikan bimbingan dan arahan.
2. Bapak Dr. M.F. Arrozi A. SE, M.Si, Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul.
3. Bapak Dr. Tantri Yanuar Rahmat Syah, SE, MSM. Selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Esa Unggul.
4. Ibu Dr. Endang Ruswanti, SE, MM, selaku pembimbing, yang telah bersedia dan sukarela memberikan bimbingan dan arahan.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta Staf Program Pascasarjana Universitas Esa Unggul.
6. Seluruh rekan-rekan seangkatan Program Pasca Sarjana MM Universitas Esa Unggul atas kebersamaan, bantuan dan dorongannya dalam menyelesaikan Tesis ini.
7. Mama, Papa (Alm), Eve Amarille, Firgosti Flamboyant yang selalu mendoakan serta memberikan dukungan moril.

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah ikhlas memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan Tesis ini.

Akhir kata, saya memohon kepada Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulisan tugas akhir mahasiswa Magister Manajemen. Harapan saya, semoga makalah ini dapat membawa manfaat bagi kita dengan menambah sedikit sudut pandang dalam menganalisa dan meneliti faktor-faktor yang berpengaruh dalam penjualan suatu produk RTD Jus.

Jakarta, 07 September 2016

Penulis

Ariesta Bougenvile