

## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan karunia, rahmat dan izin-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan dengan baik penyusunan tesis dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing Activity* (SMMA) terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Equity* sebagai Mediasi dan *Social Media Usage Frequency* (SMUF) sebagai Moderasi pada *Brand Exsport* dan *Eiger*”. Tesis ini disusun sebagai bentuk pemenuhan syarat guna memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Universitas Telkom, khususnya Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis atas ilmu, pengalaman dan pembelajaran berharga yang telah diberikan selama masa studi. Ucapan terima kasih yang tulus dan rasa hormat penulis tujukan kepada dosen pembimbing, Prof. Dra. Indrawati, M.M., Ph.D., yang senantiasa membimbing, mengarahkan dan memberikan motivasi yang sangat berarti selama proses penyusunan tesis ini. Tanpa bimbingan beliau, tugas ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta, terutama kepada kedua orang tua, atas doa dan dukungan moral yang tiada henti. Tidak lupa, terima kasih kepada rekan-rekan dari tempat penulis melakukan penelitian yaitu Exsport, rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan bantuan, semangat, dan ide-ide inspiratif.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa terselesaikannya tesis ini merupakan hasil kontribusi dari berbagai pihak. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan diterima dengan baik.

Bandung, 14 Mei 2025



Agnes Pertiwi Sutrisno  
204012320017