

KATA PENGANTAR



Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**PENGARUH *GREEN BRAND IMAGE* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* MELALUI *GREEN TRUST* DAN *PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* ”.**

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

Penelitian ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua penulis, yakni ayahanda Adang Suherman dan ibunda Mimin Mintarsih serta seluruh keluarga yang selalu mendukung serta mendo'akan disetiap perjalanan penulis menyusun usulan penelitian ini. Selama melaksanakan penelitian, penulis menyadari terdapat kesulitan dan hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, nasihat serta kerja sama sehingga penulis dapat melaluinya. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Rudi Priyadi, Ir., Ms. Selaku Rektor Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
2. Prof. Dr. H. Dedi Kusmayadi, S.E, M.Si., AK., CA., CPA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
3. Hj. Elis Listiana Mulyani, S.E., M.M. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
4. R. Lucky Radi Rinandiyana, S.E., M.Si. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

5. Gusti Tia Ardiani, S.E., M.Si. Selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
6. M. Sholeh Soeaidy, S.E., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing I yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis.
7. Andina Eka Mandasari, S.Si., M.M. Selaku Dosen Pembimbing II yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis.
8. Ane Kurniawati, S.E., M.Si. Selaku Dosen Wali selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
9. Adithya Rahmat Taufik, S.E, Selaku Dosen konsentrasi manajemen pemasaran yang turut serta membimbing dan mengarahkan penulis.
10. Seluruh Dosen, Staff SBAP, yang telah membantu segala urusan penulis selama ini.
11. Rekan-rekan Pengawas dan Pengurus Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi Tasikmalaya 2019 dan 2020 yang telah memberikan motivasi kepada penulis.
12. Keluarga Besar Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi Tasikmalaya yang menjadi wadah pengembangan diri penulis dan telah memberikan bekal pengalaman kepada penulis.
13. Kawan Manajemen angkatan 2017 dan konsentrasi manajemen pemasaran atas motivasi, bantuan dan kerjasamanya.
14. Serta kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan yang selalu diberikan kepada penulis dapat menjadi ladang kebaikan dan senantiasa mendapat balasan dari Allah SWT, serta kita selalu di berikan kesehatan dalam keadaan sekarang ini yang masih dalam keadaan Pandemi Covid-19.

Penulis menyadari bahwa usulan penelitian ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi para pembaca dan semua khususnya dalam bidang manajemen pemasaran. Aamiin.

Tasikmalaya, November 2021

Penulis,

Muhamad Ramdan