

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Decision* melalui *Brand Trust* dengan *Risk Perception* sebagai Moderasi (Kasus pada pengguna Lazada di Indonesia)**”. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen, pada Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karenanya, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rahmat dan Lilis Suryani selaku kedua orang tua tercinta yang sudah mendukung saya dalam segala hal mulai dari lahir dengan penuh kasih sayang, serta adik kandung saya Sri Nuraeni dan saudara-saudara, semua keluarga yang telah membantu baik secara moril maupun materil.
2. Dr. Nundang Busaeri, Ir., M.T., Selaku Rektor Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
3. Dr. H. Ade Komaludin, S.E., M.Sc. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
4. R. Lucky Radi Rinandiyana, S.E., M.Si. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Tasikmalaya dan Selaku Pembimbing I yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis.

5. Gusti Tia Ardiani. S.E., M.M. Selaku Sekretaris Jurusan Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
6. Andina Eka Mandasari S.Si., MM Selaku Pembimbing II yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis.
7. Dr. Dedi Rudiana, S.E., M.P. Selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis.
8. Deasy Lestari Kusnandar, S.E., M.Si. Selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis.
9. H. Epi Dani Harison., S.E., M.P Selaku wali dosen selama penulis menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
10. Seluruh dosen pengajar dan staff SBAP Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
11. Sahabat tercinta Zalza Luthpita Alvionita Balqist yang selalu mendukung dalam pengerjaan skripsi.
12. Sahabat-sahabat “Itik” Citra, Nisa, Tasya, Nabila, Novi, Fitria, dan Santika yang selalu mendukung dan membantu penulis.
13. Keluarga besar *Management Student Organization* (MSO) periode 2021/2022, 2022/2023 yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
14. Teman-teman Manajemen 2019 dan Manajemen Pemasaran 2019 atas bantuan dan kerja samanya.
15. Teman-teman KKN 32 Padamulya 2022.

16. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu mendorong, memotivasi, serta membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan usulan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan belum memenuhi keinginan berbagai pihak mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan Semoga segala kebaikan yang selalu diberikan kepada penulis senantiasa mendapatkan balasan dari Allah SWT, Aamiin.

Tasikmalaya, Mei 2023

Penulis

Intan Sri Putri Pamunggar

193402030