

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa kita panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan dengan baik proposal Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Patronage Buying Motives* dan Promosi Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Tokopedia di Kota Bandung).”** Tidak lupa Shalawat serta salam kita sampaikan kepada Nabi besar kita Muhammad SAW yang selalu menjadi teladan bagi umatnya.

Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam menyelesaikan proposal penelitian ini. Tanpa bantuan dan bimbingan mereka kegiatan proposal ini tidak mungkin dapat terlaksana dengan baik. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir Eddy Soeryanto Soegoto selaku Rektor Universitas Komputer Indonesia.
2. Ibu Dr. Ely Suhayati S.E., M.Si., Ak. CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Komputer Indonesia.
3. Ibu Dr. Linna Ismawati, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia.
4. Ibu Erna Susilawati SS., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu guna membimbing, mengarahkan, dan memberikan petunjuk yang sangat berharga demi selesainya laporan penelitian ini.
5. Bapak Dr. Rizki Zulfikar, SE., M.Si. selaku Dosen Wali dan Dosen Penguji.
6. Ibu Dr. Raeni Dwi Santy, SE., M.Si selaku Dosen Penguji.

7. Keluarga yang telah memberikan semangat, dukungan dan doa untuk penulis.
8. Dan semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses kegiatan penelitian Skripsi sehingga dapat berjalan dengan lancar.

Penelitian ini penulis akui masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna karena keterbatasan ilmu serta segala ketidak telitian dan kesalahan dalam penulisan proposal ini. Untuk itu kritik, saran dan tanggapan dari semua pihak sangat penulis harapkan. Penulis berharap proposal ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan para pembaca.

Bandung, April 2022

Ferdi Prasetyo Subandi
NIM: 21218011