

## **KATA PENGANTAR**

Segala Puji serta syukur kehadirat Allah SWT, atas Rahmat dan Karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan usulan penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam menempuh jenjang sarjana (S1) Program Studi Manajemen spesialisasi manajemen Pemasaran di fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM), yang berjudul “Pengaruh Brand Personality dan Self-Concept terhadap Brand Engagement pada Customer produk Kamera DSLR Canon di PT. Datascrip Kota Bandung.”

Dengan segala kerendahan hati, penulis secara khusus ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

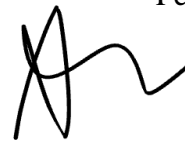
1. Yth. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Eddy Soeryanto Soegoto, MT selaku Rektor Universitas Komputer Indonesia.
2. Yth. Ibu Assoc. Prof. Dr. Ely Suhayati, SE., M.Si., AK., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.
3. Yth. Ibu Dr. Linna Ismawati, SE, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia
4. Yth. Bapak Dr. Rizki Zulfikar, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Universitas Komputer Indonesia
5. Yth. Ibu Dr. Raeni Dwi Santy, S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji 1 Universitas Komputer Indonesia.
6. Yth. Bapak Muhammad Iffan, SE., MM. selaku Dosen Penguji 2 Universitas Komputer Indonesia.

7. Kepada Kedua Orang Tua yang telah memberikan do'a, dukungan, serta bantuan materil dan moril yang tiada kurangnya.
8. Kepada semua teman-teman MN-6 2019 seperjuangan yang saya cintai dan saya banggakan.

Akhir kata penulis mengucapkan Terima Kasih, semoga Allah SWT menyertai langkah penulis dalam penyusunan skripsi ini. Selanjutnya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah wawasan berpikir serta sebagai bahan referensi guna informasi yang bermanfaat bagi pengetahuan, khususnya bidang Manajemen dengan Spesialisasi Manajemen Pemasaran

Bandung, 27 Oktober 2023

Penulis



Muftin Assad Muhannad