

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* iPhone Pada Masyarakat Area Jakarta”** skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar serjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya, Ibu Catur Widayati, SE.,MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis sampaikan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.

4. Keluarga penulis khususnya kedua orangtua yaitu Bapak Su'in dan Ibu Saning yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya serta selalu menyertai penulis dengan do'a dan restunya. Untuk adik penulis Arwhien Azhari, ini berkat do'amu juga terima kasih atas bantuan, dukungan, kasih sayang, perhatian, kritik, dan saran kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Untuk Septian Firnando S.I.Kom yang senantiasa memberikan motivasi kepada penulis untuk tetap semangat dalam mengerjakan penelitian ini, penulis tidak bisa membalas dalam bentuk apapun terhadapmu. Hanya ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepadamu karena telah sabar untuk menemani penulis dalam seluruh kesenangan maupun kesulitan dalam penelitian ini.
7. Untuk teman – teman Manajemen pemasaran Esti, Irma, Widya, Umi, Adin, Olive terima kasih atas bantuannya. Dan semua teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Jakarta, 15 Februari 2019

Dyny Erya