

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis dengan judul “**Analisa Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* Terhadap Sikap Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Berbelanja *Online* pada PT. Tokopedia di Jabodetabek**”. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Mercubuana, Jakarta.

Proses penyusunan tesis ini tidak terlepas dari berbagai rintangan dalam penyelesaiannya, sehingga pada kesempatan kali ini, ijinkan penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mochammad Mukti Ali, MM., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, dorongan, dukungan, dan bimbingan serta kesediaan untuk meluangkan waktunya dengan sabar dalam memberikan arahan, penjelasan, saran dan kritik yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
2. Ibu Dr. Aty Herawati, MSi. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen dan selaku Ketua Sidang Tesis.
3. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., selaku dosen penguji pada sidang tesis serta penelaah pada seminar hasil tesis.
4. Bapak Dr. Sri Hartono, MM., selaku dosen penelaah pada seminar proposal.

5. Seluruh dosen Pascasarjana Universitas Mercubuana yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan luas kepada penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis.
6. Orang tua penulis yang tidak pernah lelah untuk memberikan semangat untuk penulis agar dapat menyelesaikan seluruh rangkaian pendidikan dengan hasil yang baik.
7. Kepada saudari kandung penulis yang mendukung penuh untuk terus belajar.
8. Teman-teman Universitas Mercubuana Jakarta kelas Menteng angkatan 29 atas doa, dukungan dan kekompakannya agar dapat bersama-sama menyelesaikan pendidikan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih belum sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis memohon maaf atas segala kekurangan dalam penulisan yang kurang sesuai dan kurang berkenan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari siapa saja yang membaca tesis ini. Semoga tesis ini dapat membawa manfaat baik untuk ilmu manajemen marketing serta bagi para pembaca.

Jakarta, 20 Agustus 2019

Fandy Gunawan