

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Strategi *Electronic Word of Mouth* Lontar Edukasindo Dalam Menarik Minat Konsumen.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana strategi *electronic word of mouth* Lontar Edukasindo dalam menarik minat konsumen.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya Ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Henni Gusfa, M.Si sebagai Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterimakasih kepada Ibu Dr. Nur. Kholish, M.Si, selaku Penguji pada Seminar Proposal, Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, M.Si dan Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Penguji pada Ujian Tesis, Bapak Prof. Dr. Didik J Rachbini Direktur Program

Pascasarjana, beserta jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Tak lupa penulis berterimakasih kepada Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi. Demikian juga penulis menyampaikan terimakasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Ilmu Komunikasi, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya Bapak Kholidin dan Ibu Suwati, “*Mamah dan Bapak, akhirnya Heni bisa menyelesaikan ini juga.....*”, ibu mertua saya Ibu Lieve Herawaty, suami tercinta saya Aji Prabowo, S,E, “*Sayanggg akhirnya aku lulus jugaa...*”, adik dan kakak kandung beserta kakak ipar, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan strategi komunikasi pemasaran di Indonesia terutama untuk strategi komunikasi pemasaran *electronic word of mouth*.

Penulis

Heni Kholiawati