KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan tugas akhir ini yang berjudul "Pengaruh *Brand Image* dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Salapak Mikroshop Bandung)" dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Magister Manajemen di Universitas Widyatama.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat beli ulang pelanggan, khususnya dalam konteks UMKM yang sedang berkembang. Dengan memadukan teori dan data lapangan, penulis berharap karya ini dapat memberikan kontribusi baik secara akademik maupun praktis dalam pengembangan strategi pemasaran dan minat beli ulang pelanggan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Dadang Suganda, M.Hum. selaku Rektor Universitas Widyatama.
2. Bapak Dr. Achmad Fadjar, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Pascasarjana Universitas Widyatama.
3. Ibu Dr. Yenny Maya Dora, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Widyatama sekaligus Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan berharga sejak awal penyusunan hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
4. Ibu Dr. Mariana Rachmawati, S.E., M.M, selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan sejak awal penyusunan hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
5. Suami tercinta beserta keluarga yang selalu memberikan dukungan, doa dan kasih sayang yang tiada henti selama perjalanan studi hingga terselesaikannya penelitian ini.

6. Temen-temen grup MM Widyatama 2024 B Siang yang selalu memberikan motivasi, doa, canda tawa dan dukungan untuk selalu bertumbuh dan berkembang.
7. Keluarga besar di kantor khususnya di Bidang Usaha Non Formal yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.
8. Diri saya sendiri yang sudah berjuang kuliah sambil bekerja dengan biaya mandiri, semoga ilmu yang didapat bisa bermanfaat dimasa depan.

Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca yang memiliki minat pada bidang manajemen pemasaran dan strategi bisnis. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap tugas akhir ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya serta bermanfaat bagi perkembangan ilmu manajemen, khususnya dalam memahami perilaku pelanggan di sektor UMKM.

Bandung, Desember 2025

Dian Mega Pratiwi