

**Pengaruh *Brand Image* Melalui *Perceived Quality*
terhadap *Purchase Intention*
(Survey pada Mahasiswa FE Manajemen Universitas
Kristen Maranatha Bandung)**



TESIS

Diajukan sebagai persyaratan akademik
untuk memperoleh gelar Magister Manajemen

Oleh:

HANS ANDHIKA WILLYANTO

1253041

**UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

Terakreditasi BAN-PT

SK. No. 069/SK/BAN-PT/Akred/M/III/2014

BANDUNG

2016

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kemurahan dan kasih karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul ” Pengaruh *Brand Image* Melalui *Perceived Quality* terhadap *Purchase Intention* (Survey pada Mahasiswa FE Manajemen Universitas Kristen Maranatha Bandung)” dengan baik. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih terdapat kekurangan. Segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima sebagai masukan untuk menambah wawasan penulis di masa mendatang.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang atas kasih karuniaNya telah menyertai penulis sehingga mampu menyelesaikan tesis ini dengan baik.
2. Keluarga tercinta yang selalu mendoakan, memberikan semangat, motivasi serta kasih sayang yang tidak pernah berhenti kepada penulis.
3. Ibu Dr. Ir. Elfrida Viesta Napitupulu, M.B.A., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan, saran dan pembelajaran dari awal sampai selesainya tesis ini.
4. Bapak Dr. Bambang Wiharto, M.M. dan Ibu Dr. Anny Nurbasari, S.E., M.P. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun kepada penulis sampai selesainya tesis ini.
5. Bapak Dr. Yusuf Osman Raihin, M.M., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
6. Bapak Andhi Sukma, S.E., M.M dan para Staff Administrasi Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

7. Seluruh Dosen Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berharga kepada penulis.

8. Teman-teman Angkatan 28 Magister Manajemen Universitas Kristen Maranatha, untuk waktu dan kebersamaan yang telah dilalui bersama dengan penulis.

9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyelesaian tesis ini.

Akhir kata, kiranya Tuhan Yesus selalu melimpahkan kasih dan berkatNya kepada semua pihak atas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Tuhan memberkati.

Bandung, Januari 2016

Hans Andhika Willyanto