

SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas kebesaran, mukjizat, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Tesis dengan judul “Faktor - faktor yang Mempengaruhi *Brandswitching* Pengguna *Handphone* Merek Nokia ke *Handphone* Merek BlackBerry (Studi Kasus di Bandar Lampung)” adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Satria Bangsawan, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Lampung dan selaku pembimbing utama tesis.
2. Ibu Aida Sari, S.E., M.Si., selaku selaku pembimbing pendamping tesis yang telah memberikan ide, gagasan, saran serta sumbangan pemikiran dalam penulisan thesis ini.
3. Bapak Ilham, S.E., M.M., selaku penguji utama tesis yang memberikan masukan dan saran demi perbaikan thesis ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membagi ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
5. Keluargaku tercinta: Ibu (seorang Ibu, sekaligus sahabat terhebat dan terbaik untukku), Ayah, atas do'a dan dorongan semangat serta kasih sayang yang tiada henti selalu menyertaiku (kebahagiaan dan anugerah yang teramat besar yang akan selalu kuucap syukur telah memiliki

keluarga ini), serta keluarga besarku yang sudah memberikan banyak doa dan semangat yang sangat bermakna.

6. Rara terimakasih telah memberiku kasih sayang yang tiada henti.
7. Seluruh staf, karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Lampung, terima kasih untuk semua bantuannya.
8. Teman – teman seperjuangan Guntur, Eva, Herlina, Sri, Berlin, MbK Iza, Dewo, Muti, Karel, Athur, Ari, Sugi, Aynin, Ellen, Viola, Awa, Komeng, Nita, Zimam, Olive, Afriza, Acong, Siska, MbK Nia, Dina, Pak dwi , MbK Betti, dan semua teman teman MM 2010 .
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut mendukung penulis menyelesaikan penulisan thesis ini.

Penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat bagi perkembangan penelitian terutama manajemen pemasaran.

Bandarlampung, 29 Maret 2012

Penulis

Anjas Asmara