

**PENGARUH *CITY BRANDING* DAN NORMA SUBYEKTIF  
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN  
CITRA KOTA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Kajian Pada *Branding* Sukabumi Sebagai Kota Kamonesan  
Melalui Pendekatan *Theory Plan Behavior*)**

**SKRIPSI**



**Program Studi S1 Manajemen  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2018**