

PENGARUH *CITY BRANDING*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN *DESTINATION IMAGE* , TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATA KE KABUPATEN PANDEGLANG

(Studi kasus pada Taman Nasional Ujung Kulon)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Disusun Oleh :
IIS MELIA

NIM : 43114120088

Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBAUANA
JAKARTA

2019