

**ANALISIS PENGARUH *COGNITIVE IMAGE*,
AFFECTIVE IMAGE, DAN *UNIQUE IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
DENGAN MINAT KUNJUNGAN
SEBAGAI MEDIASI**

(Studi pada Objek Wisata Pantai Menganti Kebumen)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S-1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

Abimanyu Wisnu Wardhana

NIM. 12010119130080

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**