ANALISIS PENGARUH PROMOSI MEDIA DIGITAL DAN KESADARAN MEREK *COUNTRY BRANDING "WONDERFUL INDONESIA"* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERWISATA DENGAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

(Studi pada Situs Tiket.com)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

Citra Nawasari
NIM. 12010116140112

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2020