

SKRIPSI-MBKM

**PERAN *AUTHENTIC VALUE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM
HUBUNGAN *DESTINATION IMAGE* DAN *MEMORABLE TOURISM*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* (STUDI KASUS PADA DESTINASI WISATA
KAMPUNG MINO DIDESA PEKUNDEN BANYUMAS)**



Oleh:

LINA AZZA LIA

NIM. C1B020111

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN**

2023