

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN PRODUK WISATA TERHADAP
KEPUTUSAN KUNJUNGAN WISATAWAN DENGAN *PLACE BRANDING* SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

(Studi pada Objek Wisata Baturaden Adventure Forest)



KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PURWOKERTO

2016

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN PRODUK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN KUNJUNGAN WISATAWAN DENGAN *PLACE BRANDING* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi pada Objek Wisata Baturaden Adventure Forest)

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman**

Oleh:

PRADITA PUTRI HANDAYANI

C1B012092

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PURWOKERTO

2016