

PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN PRODUK WISATA TERHADAP

CITRA DESTINASI DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG

(Studi pada Objek Wisata di Kulon Progo)

THE EFFECT OF WORD OF MOUTH AND TOURISM PRODUCTS ON

DESTINATION IMAGES AND DECISION VISITING

(Study on tourism destination in Kulon Progo)

SKRIPSI



Oleh

NURMA YULIASARI

20160410019

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019