

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *PLACE BRANDING* DAN CITRA DESTINASI TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN TAMAN BURU GUNUNG
KAREUMBI MASIGIT CICALENGKA

(Survey Pada Pengunjung Taman Buru Gunung Kareumbi Masigit
Cicalengka)

THE EFFECT OF *PLACE BRANDING* AND DESTINATION IMAGE ON
TOURISTS VISITING DECISIONS TAMAN BURU GUNUNG
KAREUMBI MASIGIT CICALENGKA

(Survey On Visitor Taman Buru Gunung Kareumbi Masigit Cicalengka)

Tantan Septian

NIM. 21214155

Telah disetujui dan disahkan di Bandung pada tanggal :

Bandung, Februari 2020

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Dr. Raeni Dwi Santy, SE., M.Si

NIP. 4127.34.02.006

Mengetahui,

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Hj. Dwi Kartini, SE., Spec. Lic
NIP. 4127.70.019

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Lita Wulanika, SE., M.Si
NIP. 4127.34.02.004