

ANALISIS PENGARUH RELIGIUSITAS, CITRA MEREK,
PROMOSI, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KE 10 DESTINASI PARIWISATA HALAL DI
INDONESIA



Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada program Sarjana Fakultas Ekonomika dan bisnis
Universits Diponegoro

Disusun oleh :

NUR HELISA

NIM 12040116130066

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2021