

ANALISIS PENGARUH *DESTINATION SERVICE QUALITY* DAN *DESTINATION PERSONALITY* TERHADAP *DESTINATION LOYALTY* DENGAN *DESTINATION IMAGE* DAN *SELF-CONGRUITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Pada Wisatawan Obyek Wisata Daerah istimewa Yogyakarta)



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

Disusun oleh:

**LENI NURITA
NIM. 12010120410096**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2022**