

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI MEDIA DIGITAL DAN
KESADARAN MEREK *COUNTRY BRANDING* “*WONDERFUL
INDONESIA*” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
BERWISATA DENGAN *CUSTOMER ENGAGEMENT*
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

(Studi pada Situs Tiket.com)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

Citra Nawasari
NIM. 12010116140112

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2020**