

EXPERIENTIAL MARKETING DAN BRAND IMAGE
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(STUDI KASUS PADA OBJEK WISATA PARALAND
MAJALENGKA)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Ujian Sarjana
Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Manajemen



Disusun Oleh :

Nama : Titi Nuryati
NPM : 0215104111

FAKULTAS BISNIS DAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS WIDYATAMA

Terakreditasi (Accredited) “A”

S.K. Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT)

Nomor : 204/SK/BAN-Pt/Akred/S/I/2018

BANDUNG

2019