

**ANALISIS *DESTINATION PERSONALITY* TERHADAP
BRAND ATTRACTIVENESS DAN *BRAND AWARENESS*
SERTA DAMPAKNYA PADA *BRAND LOYALTY*
(Survei pada Pengunjung Objek Wisata Taman Air Sabda Alam
Kabupaten Garut)**

TESIS

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat
Memperoleh Gelar Magister Manajemen Bisnis
Program Studi Magister Manajemen Bisnis**



**Oleh :
Rahyuniati Setiawan
(1302988)**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN BISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2015**

**ANALISIS *DESTINATION*
PERSONALITY TERHADAP *BRAND*
ATTRACTIVENESS DAN *BRAND*
AWARENESS SERTA DAMPAKNYA
PADA *BRAND LOYALTY***

**(Survei pada Pengunjung Objek Wisata Taman Air Sabda
Alam Kabupaten Garut)**

Oleh
Rahyuniati Setiawan

Sebuah tesis yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Magister Manajemen Bisnis Program Studi Magister Manajemen Bisnis

© Rahyuniati Setiawan 2015
Sekolah Pascasarjana
Universitas Pendidikan Indonesia
Juni 2015

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Tesis ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto copi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS DESTINATION PERSONALITY TERHADAP BRAND ATTRACTIVENESS DAN BRAND AWARENESS SERTA DAMPAKNYA PADA BRAND LOYALTY
(Survei pada Pengunjung Objek Wisata Taman Air Sabda Alam Kabupaten Garut)

Tesis ini disetujui dan disahkan oleh :

Pembimbing,

Dr. Hj. Ratih Hurriyati, MP
NIP. 196802251993012001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Magister Manajemen Bisnis
Universitas Pendidikan Indonesia,

Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.Si
NIP. 196110221986031002