

PENGARUH ATRIBUT PRODUK WISATA, PERSEPSI HARGA, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN

(Studi pada Wisata *Lava Tour Merapi* Yogyakarta)

SKRIPSI



DINA LAKSITA YULIANINGRUM

NIM.141160423

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2020