PENGARUH PENGALAMAN EMOSIONAL DAN ATRIBUT HALAL TERHADAP NIAT KUNJUNGAN KEMBALI YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN

SKRIPSI

AUDY FARRADILA JASMINE

NIM. 141220061

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA

2026