

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN PRODUK WISATA
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DENGAN CITRA DESTINASI
SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA SAUNG ANGKLUNG UDJO
(Studi pada *followers* akun *instagram* Saung Angklung Udjo)**

***THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH AND TOURISM
PRODUCTS ON DECISION VISITING WITH DESTINATION IMAGES AS
MEDIATION VARIABLES IN SAUNG ANGKLUNG UDJO
(Study on Saung Angklung Udjo's Instagram account followers)***



Oleh

FATAH MUBAROKAH

20150410322

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**

