

**PERSEPSI PEMANGKU KEPENTINGAN KUNCI TERHADAP  
MOTO “*THE SPIRIT OF MAJAPAHIT*” SEBAGAI  
CITY BRAND PARIWISATA KABUPATEN MOJOKERTO**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**PHADMA ARUM SHAFFIRA**

**16/399621/SA/18529**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA**

**FAKULTAS ILMU BUDAYA**

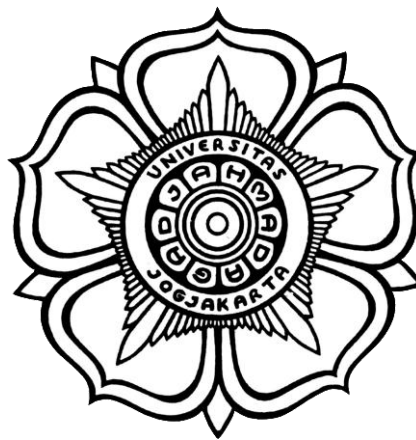
**UNIVERSITAS GADJAH MADA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

**KEY PLAYER’S PERCEPTION TOWARDS  
“THE SPIRIT OF MAJAPAHIT” MOTTO  
AS TOURISM CITY BRAND OF MOJOKERTO REGENCY**

**AN UNDERGRADUATE THESIS**



**By:**

**PHADMA ARUM SHAFFIRA**

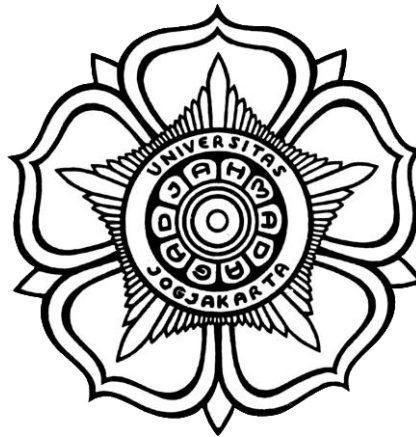
**16/399621/SA/18529**

**TOURISM STUDIES PROGRAM  
FACULTY OF CULTURAL SCIENCES  
UNIVERSITAS GADJAH MADA  
YOGYAKARTA**

**2020**

**PERSEPSI PEMANGKU KEPENTINGAN KUNCI TERHADAP  
MOTO “*THE SPIRIT OF MAJAPAHIT*” SEBAGAI  
CITY BRAND PARIWISATA KABUPATEN MOJOKERTO**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**PHADMA ARUM SHAFFIRA**

**16/399621/SA/18529**

**Skripsi ini diajukan kepada**

**Panitia Ujian Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada Yogyakarta**

**sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana**

**dalam Program Studi Pariwisata**

**Tahun 2020**