

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
BERPINDAH MEREK (*BRAND SWITCHING*)
PENGUNJUNG TAMAN HIBURAN
BERDASARKAN PERSEPSI
NILAI PENGUNJUNG**

SKRIPSI

**NOVITA RISKA RAHAYU
NIM : 190410161**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JANUARI, 2024**