PERAN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM *TOURIST PURCHASING DECISION* KOPI ARABIKA GAYO DI KABUPATEN ACEH TENGAH

TESIS

ISRA MAWARNI
NIM. 246110101011

universitas
MALIKUSSALEH

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
AGUSTUS, 2026

PERAN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM *TOURIST PURCHASING DECISION* KOPI ARABIKA GAYO DI KABUPATEN ACEH TENGAH

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Sains Manajemen

Oleh

ISRA MAWARNI
NIM. 246110101011

universitas
MALIKUSSALEH

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
AGUSTUS, 2026