

TESIS

PENGARUH *QUALITY OF BENEFITS VALUE, MONETARY VALUE, SOCIAL STATUS VALUE, INFORMATION VALUE, PREFERENCE VALUE*, TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *BRAND IMAGE* PADA KAMBANIRU BEACH HOTEL & RESORT – SUMBA TIMUR

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Magister Manajemen

Oleh:

NAMA : THERESIA SILVIE LENA LEBA
NPM : 02619230026



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
SURABAYA
2025**