

**PENGARUH *KEY OPINION LEADER*, *BRAND IMAGE*,
BRAND TRUST, DAN *PACKAGE CHOICE* TERHADAP
PURCHASE DECISION PAKET IBADAH UMRAH
DENGAN *COMPETITOR* SEBAGAI
VARIABEL MODERASI
(Survei pada Jamaah Umrah Travel di Kota Bogor)**

Oleh
SIXTEEN MUZAKKI
238334074

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat
memperoleh gelar Magister Manajemen**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS SILIWANGI
TASIKMALAYA
2025**