

**PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
HAPPY GO LUCKY BANDUNG TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PRODUK LOKAL**

***THE INFLUENCE OF MARKETING COMMUNICATION
STRATEGY OF HAPPY GO LUCKY BANDUNG CITY ON
CONSUMER BUYING INTEREST OF LOCAL PRODUCTS***

SKRIPSI

*Diajukan untuk Menempuh Sidang Skripsi Sarjana Strata Satu Program Studi
Ilmu Komunikasi*

**Oleh:
RADISTI RADIANTI
NIM. 41820088**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2024**

