PENGARUH BAURAN PEMASARAN *FLASHY SHOP* PADA BULAN RAMADHAN 1438 H TERHADAP PEMBENTUKAN *BRAND AWARENESS* PENGUNJUNG DI KOTA BANDUNG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Menempuh Ujian Sarjana Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Humas

Disusun Oleh :

AYU PURNAMASARI

NIM.41813082

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSTRASI HUMAS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2017