

SKRIPSI

PENGARUH IKLAN TVC RAMAYANA TERHADAP *BRAND PREFERENCE RAMAYANA DEPARTEMENT STORE*

(Studi Korelasi antara Iklan TVC Ramayana Versi “Ramadhan Menuju Lebaran Keren Lahir Batin 2018” dengan *Brand preference Ramayana Departement store* pada Masyarakat di D.I Yogyakarta)



Disusun Oleh :

Yusuf Al Mizar

(13 /352866/SP/25948)

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS GADJAH MADA**

2019