

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH *EMOTIONAL BRANDING* DAN *EMOTIONAL CONNECTION*
COMPASS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Lya Ainun Zahara

1502160154



**Universitas
Telkom**

Pembimbing

Ayub Ifandy Imran, Ph.D
NIK: 15830012

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2020