

**PENGARUH JINGLE IKLAN “SEMUA PASTI UNTUNG” SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA E-
COMMERCE BUKALAPAK
(Studi Kuantitatif pada Pengguna Aplikasi Bukalapak di Kota Bandung)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Program Studi S1 Digital Public Relations

Disusun oleh:
Rheina Alika Cahyani Putri
1503171045



**PROGRAM STUDI S1 DIGITAL PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS KOMUNIKASI BISNIS
BANDUNG
2021**

**PENGARUH JINGLE IKLAN “SEMUA PASTI UNTUNG” SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA E-
COMMERCE BUKALAPAK**

(Studi Kuantitatif pada Pengguna Aplikasi Bukalapak di Kota Bandung)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Program Studi S1 Digital Public Relations

Disusun oleh :
Rheina Alike Cahyani Putri
1503171045



**PROGRAM STUDI S1 DIGITAL PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS KOMUNIKASI BISNIS
BANDUNG
2021**