HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *BRAND IMAGE* TINDER SEBAGAI APLIKASI PENCARI JODOH TERHADAP SIKAP KONSUMEN (STUDI PADA MAHASISWA DI KOTA BANDUNG)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)
Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:
Karel Alga Kigana
1502150038

Menyetujui,
Bandung, 8 Maret 2021

Pembimbing,
Sylvie Nurfebiaraning, S.Sos., M.Si
NIP: 14860017

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM BANDUNG

2021