PENGARUH AKTIVITAS KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) "ALFAMART SAHABAT INDONESIA" TERHADAP PEMBENTUKAN REPUTASI ALFAMART (Survey Pada Pelanggan Alfamart Di Sawangan-Depok)

SKRIPSI

Skripsi ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata I (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

MEILISA DARA

44213110114

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2018

http://digilib.mercubuana.ac.id/