

**STRATEGI *BRANDING* PERUSAHAAN BATIK  
DALAM MENCIPTAKAN *BRAND EQUITY* PERUSAHAAN  
(Analisis Deskriptif pada BT Batik Trusmi Cirebon sebagai  
*One Stop Shopping* Batik Terbesar di Indonesia)**

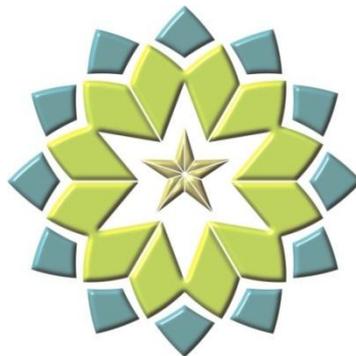
**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial  
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Oleh:

**LU'AY MARWAN**

**NIM: 1154060037**



**BANDUNG**

**2019 M/ 1440 H**