**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *COFFE SHOP* DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* DI MASA PANDEMI *COVID-19* (STUDI PADA *COFFE SHOP* "OMAH KOPI" PALEMBANG)**

****

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu Dakwah Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam**

**Oleh :**

**Pauziah**

**NIM: 1810501031**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**

**RADEN FATAH PALEMBANG**

**1443H /2022M**