ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI *EVENT SPONSORSHIP* DALAM MENINGKATKAN *BRAND EXPOSURE* PADA PT CAPELLA HONDA KOTA LHOKSEUMAWE (STUDI KASUS UMKM EXPO UNIMAL GEN-Z TAHUN 2025)

SKRIPSI



Oleh:

MUHAMMAD NANDA SYAHPUTRA TARIGAN
NIM: 220260073

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
2026