

**EVENT MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
TOYOTA NASMOCO CABANG BANTUL DALAM MENINGKATKAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PENJUALAN PRODUK**

(Studi Pada *Event Moving Exhibition*)

SKRIPSI



Oleh:

Erika Dwi Rofiana

(153200006)

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Yogyakarta**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” YOGYAKARTA**

2024