

Keberlangsungan usaha restaurant sangat bergantung dengan dukungan pelanggan dan stakeholder karena memiliki pengaruh terhadap hidup restaurant. Dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan stakeholder, Public Relations harus bisa menjalin hubungan baik kepada kedua belah pihak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Public Relations Sugoi Tei Japanese Fushion and Resto dalam membangun Brand Awareness-nya kepada pelanggan dan stakeholder. . Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang mendeskripsikan tentang penggunaan strategi public relations yang digunakan oleh Sugoi Tei dalam membangun brand awareness-nya. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam analisis data penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Sebagai upaya melihat implementasi strategi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pelanggan dan pegawai. Lokasi penelitian dilakukan di Sugoi Tei Japanese Fushion and Resto, Nologaten 234 A, Catur Tunggal, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Setelah dilakukan penelitian, hasilnya menunjukkan bahwa program-program yang dilakukan Public Relations untuk membangun brand awareness berhasil. Strategi Public Relations dalam membangun brand awareness yang telah direncanakan dan dilaksanakan dengan baik sehingga menimbulkan dampak positif bagi restaurant. Selain itu berhasil menciptakan loyalitas atas merek Sugoi Tei Japanese Fushion and Resto.