

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “*Marketing Public Relations Bakpia Citra Premium dalam membangun Brand Awareness*”. Bakpia Citra Premium Yogyakarta merupakan pusat oleh-oleh baru yang mempunyai konsep penggabungan antara unsur *culinary* dan *eksklusifitas*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengevaluasi bagaimana strategi yang digunakan oleh pihak *Marketing Public Relations (MPR)* Bakpia Citra Premium Yogyakarta dalam menarik minat konsumen sebagai konsumen setia, dimana hal ini dilakukan untuk menghadapi persaingan bidang kuliner di Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Dari hasil penelitian, strategi yang digunakan oleh *Marketing Public Relations* Bakpia Citra Premium Yogyakarta untuk menghadapi permasalahan tersebut adalah strategi ditujukan ke dalam perusahaan yang bertujuan untuk memperkuat pola kerja yang bagus sehingga terjalin hubungan dan iklim kerja yang kondusif. Strategi yang ditujukan ke luar perusahaan bertujuan untuk membuat *image* yang baik dimasyarakat, dan untuk menarik minat konsumen terhadap program dan produk yang ada yaitu dengan menggunakan pendekatan personal, membangun jalinan yang baik dengan media, menggunakan alat-alat pendukung pemasaran yaitu *flyer*, brosur, spanduk, *leaflet*, untuk menumbuhkan citra yang baik atau citra positif dengan kegiatan sosial. Strategi yang digunakan *Marketing Public Relations* Bakpia Citra Premium Yogyakarta sudah efektif, yang dibuktikan dengan semakin banyaknya jumlah konsumen dan jumlah *member* yang terus bertambah.

Kata Kunci : *Marketing, Public Relations, Brand Awareness*

ABSTRACT

This study entitled “**Marketing Public Relations of Bakpia Citra Premium in Developing Brand Awareness**”. Bakpia Citra Premium Yogyakarta is the new center of food souvenir that have the concept of a merger between culinary elements and exclusivity. This study aims to find out and evaluate how the strategies used by the Marketing Public Relations (MPR) of Bakpia Citra Premium Yogyakarta in attracting customers’ interest as loyal consumers, where it is carried to face the culinary competition field in Yogyakarta. This type of research used qualitative research. Data were obtained through interviews, observation, and literature review. The result of this research, the strategy used by the Marketing Public Relations of Bakpia Citra Premium Yogyakarta to face these problems is strategy addressed to the company that aims to strengthen the good work system so make relation and working environment conducive. The strategy aimed to outside the company aim to create a good image in the community, and to attract customers’ interest to the program and existing products by using a personalized approach, developing good brand with the media, using marketing supporter tools that is flyers, brochures, banners, leaflets, to make a good image or positive image with social activities. The strategy used by Marketing Public Relations Bakpia Citra Premium Yogyakarta has been effective, as evidenced by the increasing number of customers and a growing number of members.

Keywords: Marketing, Public Relations, Brand Awareness