

ABSTRAK

Semakin ketatnya tingkat persaingan dalam usaha kuliner menuntut pihak pengusaha untuk lebih berupaya semaksimal mungkin dalam meningkatkan kualitas produk barang dan jasa yang dihasilkannya. Strategi *marketing public relations* (MPR) merupakan salah satu usaha yang sangat penting bagi usaha kuliner, dalam menghadapi persaingan demi meluaskan pemasaran dan memenuhi kepuasan konsumennya.

Objek penelitian ini adalah Bober Cafe, yang terletak di pusat kota Bandung yaitu Jl.Riau No.123. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa Strategi *Marketing Public Relations* pada Bober Cafe dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

Strategi MPR yang dilakukan seperti *pull (social media)*, *push (event)*, dan *pass (word of mouth)*, sebagai upaya menciptakan loyalitas pelanggan dan memperluas *market share*.

Berdasarkan penelitian di lapangan diketahui bahwa selama ini perusahaan telah melaksanakan kegiatan-kegiatan strategi MPR dengan cara menetapkan segmentasi pasar dan menyusun program yang *engagement* bagi konsumen.

Kata kunci : *Marketing Public Relations*, Loyalitas Pelanggan dan Kafe

ABSTRACT

Intensity of competition in the culinary business strive for employers to be better everything possible to improve the goods quality and services produces. Strategic marketing public relations (MPR) is one of the important role for the restaurant business / restaurant / cafe. In the face of competition with expanding the marketing and consumer satisfaction.

The object of this study was Bober Cafe, this is one of the diner / restaurant / cafe, which is located in downtown Bandung Jl.Riau 123. The objectives to be achieved in this research is to identify and analyze as well as evaluation and the number of visits after implementation of Strategy Marketing and Public Relations at Bober Cafe in creating customer loyalty.

MPR strategy undertaken as pull (social media), push (event), and pass (word of mouth), an effort to create customer loyalty and expand market share.

Based on research in the field note that during this time the company has been carrying out MPR activities strategy by defining market segmentation and formulate the engagement program for consumers.

Keywords: Marketing Public Relations, Customer Loyalty and Cafes.