**ABSTRAK**

 **Penelitian ini berjudul “Peran *Marketing Public Relations* Dalam Meningkatkan Minat Konsumen di PT Pelita Abadi Sejahtera”. Tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan, menganalisa data dan mendapatkan informasi mengetahui Peran *Marketing Public Relations* Dalam Meningkatkan Minat Konsumen diPT Pelita Abadi Sejahtera. Serta untuk menambah dan memperdalam pengetahuan peneliti baik secara teori maupun aplikasinya, dan untuk mengetahui mengenal usaha-usaha yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut.**

 **Metode penelitian yang digunakan adalah survey dengan analisis data deskriptif, yaitu metode penelitian yang menggambarkan kondisi secara terperinci mengenai kejadian atau peristiwa berdasarkan fakta dan data yang terjadi pada saat melakukan penelitian. Teknik pengumpulan datanya adalah studi kepustakaan, observasi, wawancara dan penyebaran angket kepada respoden. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik sample *Accidental sampling* yaitu didasari pada kenyataan dengan cara mengundi semua responden yang ada sampai memperoleh jumlah yang dikehendakinya.**

 **Berdasaran hasil penelitian maka dapat disimpulkan dan dapat diperoleh hasil bahwa Peran *Marketing Public Relations* di PT Pelita Abadi Sejahtera mempunyai fungsi yang sangat berperan sekali dan sangat penting terhadap kemajuan suatu perusahaan , tentunya dalam meningkatkan minat konsumen di PT Pelita Abadi Sejahtera. Maka dari itu Peran *Marketing Public Relations* dalam meningkatkan Minat Konsumen diPT Pelita Abadi Sejahtera dalam penyebarannya dan memberikan informasnya terhadap konsumen sangat kurang optimal .**

 **Hal-hal yang ingin peneliti rekomendasikan sebagai bahan masukan bagi PT Pelita Abadi Sejahtera yaitu pimpinan memanfaatkan waktu luang ditempat kerja untuk lebih mencoba mempelajari situasi dan kondisi perusahaan sehingga penerapan pelaksanaan dan pemanfaatan Peran *Marketing Public Relations* akan lebih terarah sesuai dengan situasi dan kondisi lapangan atau lingkungan kerja**