**ABSTRAK**

 **Penelitian ini berjudul “Strategi *Marketing Public Relations* Dalam Membangun *Brand Awareness* HappyFresh. *Tujuan* dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi *marketing public relations* yang dilakukan oleh HappyFresh dalam membangun *brand awareness* pada mahasiswa FISIP Universitas Pasundan dan untuk mengetahui hambatan dan juga usaha apa saja yang dilakukan oleh *marketing public relations* HappyFresh.**

***Marketing Public Relations* (MPR) adalah proses perencanaan dan pengevaluasian program-program yang mendorong pembelian dan kepuasan pelanggan melalui komunikasi berisi informasi yang dapat dipercaya dan kesan yang menggambarkan perusahaan produk-produknya sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Strategi MPR yang baik adalah strategi yang dapat membuat pasar tertarik perhatiannya dan kemudian memakai produk yang dipromosikan berulang kali (*brand awareness*).**

**Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis, dengan tipe penelitian yang bersifat kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dan studi lapangan yaitu observasi lapangan, wawancara, dan angket online. Pemilihan responden menggunakan *purposive sampling.***

**Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, bahwa strategi *marketing public relations* yang dilakukan HappyFresh sudah berjalan cukup baik untuk membangun *brand awareness* mahasiswa FISIP Universitas Pasundan. Hal ini terlihat dari banyaknya mahasiswa yang mengetahui tentang HappyFresh walaupun masih diperlukan beberapa evaluasi terkait strategi lain *push dan pass* yang belum maksimal dalam memberikan informasi kepada mahasiswa FISIP Universitas Pasundan.**

**Adapun beberapa hal yang direkomendasikan peneliti kepada pihak *marketing public relations* HappyFresh, yaitu untuk lebih memperbanyak kegiatan *direct selling* agar mahasiswa dapat mengenali dan mengetahui HappyFresh secara langsung dan mendalam dengan kegiatan *roadshow* dan *sponsorship*. Kemudian pihak HappyFresh sebaiknya juga memilih *influencer* yang lebih dekat dengan mahasiswa agar kegiatan *endorsement* berjalan dengan lebih baik.**

***ABSTRACT***

 **The title of this research is Strategy of Marketing Public Relations in Brand Awareness’s Building. It purposes to understand how HappyFresh handle the strategy of marketing public relations in building brand awareness to Faculty of Social and Politival Science of Pasundan University’s students and also to understand obstacle and how the marketing public relations of HappyFresh counter it.**

***Marketing Public Relations* (MPR) is process of planning and evaluating programs that push purchasing and customer satisfaction through liable and customer needs informations impression. Good MPR Strategy is strategy that makes market interesting and eventually use the promoted product over and over (*brand awareness*).**

**The research method is analitycal description with quantitative as the type of research. Literature study and field study such as observation, interviewing and online questionnaire is the data submission technique. Purposive sampling is also how researcher pick the population of research*.***

**Based on researched, HappyFresh strategy of marketing public relations works quite wel to build students awareness. It can seems by the majority of students that well informed about HappyFresh although there are still more evaluation to come about push and pass strategy that not good enough to give information of HappyFresh to Faculty of Social and Politival Science of Pasundan University’s students.**

**As for several thing to recommend to marketing public relations of HappyFresh, are to increase more *direct selling* to make students get in depth and directly well information with roadshow and sponsorship activities. Then HappyFresh should consider the influencer that they choose needs to close with the students in order to make endorsement activity works well too .**

**RINGKESAN**

**Panalungtikan ieu dijudulan “Strategi Marketing Public Relations Dina Ngawangun Brand Awareness Happyfresh. Tujuan ti panalungtikan ieu yaktos kanggo terang kumaha strategi marketing public relations anu dipigawe ku Happyfresh dina ngawangun brand awareness dina mahasiswa FISIP Universitas Pasundan sarta kanggo terang tahanan sarta oge usaha naon wae anu dipigawe ku marketing public relations Happyfresh.**

**Marketing Public Relations (MPR) nyaeta proses perencanaan sarta pengevaluasian program-program anu nyorong pembelian sarta kepuasan langganan ngaliwatan komunikasi eusina informasi anu tiasa dipercaya sarta gambaran anu ngagambarkeun pausahaan produk-produk na luyu kalawan kaperluan langganan. Strategi MPR anu sae nyaeta strategi anu tiasa midamel pasar kabetot perhatian na sarta saterusna nganggo produk anu dipromosikeun remen (brand awareness).**

**Padika panalungtikan anu dipake peneliti dina panalungtikan ieu teh deskriptif analisis,kalawan tipe panalungtikan anu boga sipat kuantitatif. Teknik pengumpulan data anu dipake dina panalungtikan ieu teh studi kepustakaan sarta studi lapang yaktos observasi lapang,wawancara,sarta angket online. Pemilihan responden ngagunakeun purposive sampling.**

**Dumasar kenging panalungtikan anu atos dipigawe,yen strategi marketing public relations anu dipigawe Happyfresh atos mapan cekap sae kanggo ngawangun brand awareness mahasiswa FISIP Universitas Pasundan. Perkawis ieu katembong ti lobana mahasiswa anu terang ngeunaan Happyfresh sanaos diperlukeun keneh sababaraha evaluasi patali strategi sanes push sarta pass anu tacan maksimal dina mikeun informasi ka mahasiswa FISIP Universitas Pasundan.**

**Sedengkeun sababaraha perkawis anu direkomendasikeun peneliti ka pihak marketing public relations Happyfresh,yaktos kanggo langkung ngalobaan kagiatan direct selling supados mahasiswa tiasa mikawanoh sarta terang Happyfresh sacara langsung sarta mendalam kalawan kagiatan roadshow sarta sponsorship. Saterusna pihak Happyfresh sasaena oge milih influencer anu langkung caket kalawan mahasiswa supados kagiatan endorsement mapan kalawan mending.**