**ABSTRAK**

**Penelitian ini berjudul “Fungsi Marketing Public Relations Airback Store dalam meningkatkan minat konsumen di Jatinangor” tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana fungsi Marketing Public Relations yang dilakukan Oleh distro Airback Store ditinjau dari materi kegiatan Marketing Public Relations, kredibilitas komunikator, frekuensi kegiatan Marketing Public Relations dan daya tarik kegiatan Marketing Public Relations.**

**Penelitian ini berdasarkan kepada teori Persuasi yang memandang dari tiga aspek dasar persuasi, yakni Ethos, Logos dan Phatos sebagai titik tolak dalam fungsi Marketing Public Relations dalam meningkatkan minat konsumen di Jatinangor.**

**Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, dimana metode ini merupakan suatu penelitian yang menggambarkan tentang karakteristik (ciri-ciri) individu, situasi atau kelompok tertentu dan merupakan suatu bentuk studi pendekatan dan deskriptif analisis karena penelitian tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis, ataupun membuat prediksi tertentu. Teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling. Pengumpulan data yang diperoleh berasal dari studi kepustakaan, observasi non partisipan, wawancara dengan pihak Airback Store, dan dari penyebaran angket kepada responden.**

**Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa fungsi Marketing Public Relations yang dilakukan dalam meningkatkan minat masyarakat yang telah dilakukan beberapa hal yang perlu diperhatikan yakni, dari segi hubungan dengan konsumen serta fasilitas dan program promosi yang dilakukan lebih luas lagi.**

**Peneliti ingin merekomendasikan sebagai bahan masukan untuk memperoleh hasil yang diinginkan, seharusnya Marketing Public Relations distro Airback Store dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat sebaiknya menggunakan bahasa-bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat menggunakan produk Airback.**