

ABSTRACT

*This research is titled "**Public Relations Marketing Strategy Through Endorsement on Instagram on Online Sop Tous**"*

The purpose of this study was to determine the efforts made by tous public relations in increasing interest in buying their products and knowing the obstacles faced by public relations tous in implementing marketing strategies.

The method of this research is qualitative research. The theory used is the theory of Ilham Prisgunanto. Data collection techniques used in data collection are library studies, field observations and in-depth interviews.

The results showed that the information obtained by consumers was very clear and the services obtained by consumers were very satisfying because the services provided were very friendly and use good language, and attractive advertising made consumers feel like buying a product with the number of various ways to order products is very easy, you can use everyday applications that are used.

*After conducting a research on "**Public Relations Marketing Strategy Through Endorsement on Instagram on Online Sop Tous**" the researcher suggested that public relations should be more creative in marketing a product so that consumers increasingly grow.*

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **”Strategi Marketing Public Relations Melalui Endorsement di Instagram pada Online Sop Tous”**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh public relations tous dalam meningkatkan minat beli produknya serta mengetahui hambatan yang dihadapi oleh public relation tous dalam pelaksanaan strategi marketing.

Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori Ilham Prisgunanto. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam pengumpulan data adalah studi kepustakaan, observasi lapangan dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi yang di dapat oelh konsumen sudah sangat jelas serta pelayanan yang di dapat oleh konsumen sangat memuaskan karena layanan yang diberikan sangat ramah dan menggunakan bahasa yang baik, dan pemasangan iklan yang menarik membuat para konsumen tmbul rasa ingin membeli suatu produk tersebut dengan banyaknya berbagai cara untuk memesan produknya sudah sangat mudah, bisa menggunakan aplikasi keseharian yang dipakai.

Setelah melakukan penelitian tentang **”Strategi Marketing Public Relations Melalui Endorsement di Instagram pada Online Sop Tous”** peneliti menyarankan agar public relation tous agar lebih kreatif lagi dalam memasarkan suatu produk agar konsumen semakin bertambah banyak.

RINGKESAN

*Ulikan ieu dijudulan "**Hubungan Public Stratégi Marketing Ngaliwatan dukungan Online on Instagram dina SOP Tous**"*

Tujuan pangajaran ieu nangtukeun usaha dijieun ku humas tous kanaékan minat meuli produk na ogé nyaho halangan Nyanghareupan ku tous humas dina palaksanaan strategi marketing.

Metoda panalungtikan téh panalungtikan kualitatif. Téori dipaké nyaéta téori Prisgunanto Ilham. téhnik kempelan data anu digunakeun dina pendataan anu studi pustaka, observasi lapangan jeung wawancara di-jero.

Hasil némbongkeun yén informasi diala enumerated ku pamakéna geus jelas pisan sakumaha ogé jasa dina can ku konsumen anu pisan satisfying sabab jasa disadiakeun pisan ramah tur migunakeun grammar ditangtoskeun, sarta iklan dipikaresep sangkan pamakéna tmbul rasa kahayang mésér produk nu mibanda loba cara kana tatanan produk geus pisan gampang ngagunakeun aplikasi anu dipaké sapopoé.

*Sanggeus ngalakonan panalungtikan dina "**Stratégi Public Hubungan Marketing Ngaliwatan dukungan Online on Instagram dina SOP Tous**" peneliti ngusulkeun yén humas tous janten langkung kreatif dina pamasaran produk anu pamakéna beuki loba.*