



ABSTRAK

STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS CRSL.STORE DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Nabila Saharani
5211711287

Dalam era persaingan industri ritel yang ketat, brand awareness menjadi kunci untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CRSL.Store menerapkan three ways strategy, yaitu strategi push, pull, dan pass. Strategi push melibatkan kolaborasi dengan influencer untuk memperkenalkan produk, sedangkan strategi pull berfokus pada pembuatan konten menarik di media sosial untuk menarik perhatian audiens. Strategi pass digunakan untuk mengumpulkan umpan balik dari konsumen dalam membangun kepercayaan. Keberhasilan CRSL.Store dalam meningkatkan brand awareness terlihat dari pertumbuhan pengikut di media sosial dan keterlibatan yang tinggi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain yang ingin mengembangkan strategi MPR yang efektif.

Kata Kunci: Marketing Public Relations, Brand Awareness, Three Ways Strategy

ABSTRACT

CRSL.STORE PUBLIC RELATIONS MARKETING STRATEGY IN INCREASING BRAND AWARENESS

Nabila Saharani
5211711287

In the era of tight retail industry competition, brand awareness is the key to influence consumer purchasing decisions. The method used in this study is descriptive qualitative, with data collection through interviews, observations, and documentation. The results of the study show that CRSL.Store applies a three-way strategy, namely push, pull, and pass strategies. The push strategy involves collaborating with influencers to introduce products, while the pull strategy focuses on creating interesting content on social media to attract the attention of the audience. The pass strategy is used to collect feedback from consumers in building trust. CRSL.Store's success in increasing brand awareness can be seen from the growth of followers on social media and high engagement. This study is expected to be a reference for other companies who want to develop an effective MPR strategy.

Keywords: *Marketing Public Relations, Brand Awareness, Three Ways Strategy*