

## ABSTRAK

**Nama** : Viola Ayu Yanti Yoesof  
**NIM** : 44218110044  
**Program Studi** : Public Relations  
**Judul Laporan Skripsi** : **AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS  
PT SINTA PRIMA FEEDMILL UNTUK  
MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN**  
**Pembimbing** : Ibu Yuni Tresnawati, S.Sos., M.Ikom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, memahami dan menganalisis strategi *marketing PR* PT Sinta Prima Feedmill dengan menggunakan strategi *pull*, *push* dan *pass*. Konsep yang digunakan adalah kegiatan *marketing PR*, dan strategi *pull*, *push* dan *pass*. Konsep ini menggunakan riset yang terdapat pada penelitian terdahulu.

Metode kualitatif Positivisme digunakan untuk penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa primer melalui wawancara pada satu key informan dan dua informan. Data sekunder melalui jurnal, buku referensi, dokumen, dan internet. Analisis data dilakukan melalui Teknik pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Sinta Prima Feedmill menggunakan 6 kegiatan marketing PR, yaitu publikasi, media identitas, acara, berita, aktivitas sosial, dan pensponsoran. Selain itu, untuk mendukung kegiatan marketing PR, mereka menerapkan strategi *pull*, *push*, dan *pass*. Strategi dan kegiatan marketing PR ini bertujuan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, dengan kelebihan lokasi strategis sebagai nilai tambah yang membuat pelanggan tetap memilih PT Sinta Prima Feedmill.

**Kata kunci:** Loyalitas pelanggan; Marketing PR; Strategi *Pull*, *Push* dan *Pass*

## ***ABSTRACT***

**Name** : Viola Ayu Yanti Yoesof  
**NIM** : 44218110044  
**Study Program** : Public Relations  
**Title Intrenship Report** : **AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS PT SINTA PRIMA FEEDMILL UNTUK MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN**  
**Counsellor** : Ibu Yuni Tresnawati, S.Sos., M.Ikom

*This research aims to find out, understand and analyze the PR marketing strategy of PT Sinta Prima Feedmill using pull, push and pass strategies. The concept used is PR marketing activities, and pull, push and pass strategies. This concept uses research found in previous studies.*

*Constructive qualitative methods were used for this research. The data collection technique used was primary through interviews with one key informant and two informants. Secondary data through journals, reference books, documents and the internet. Data analysis was carried out through data collection techniques, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The research results show that PT Sinta Prima Feedmill uses 6 PR marketing activities, namely publications, identity media, events, news, social activities and sponsorship. Apart from that, to support PR marketing activities, they implement pull, push and pass strategies. PR's marketing strategy and activities aim to maintain customer loyalty, with the advantage of strategic location as an added value that makes customers continue to choose PT Sinta Prima Feedmill.*

**Keywords:** *Customer loyalty; Marketing PR; Pull Push and Pass Strategy*