

















































melainkan praktisi *public relations* hanya menginformasikan dan mengedukasi publik mengenai produk, sehingga publik tertarik untuk menggunakan ataupun membeli produk tersebut.

Praktisi *public relations* membantu dalam pemasaran dengan menggunakan program *marketing public relations*, yang mana praktisi *public relations* akan mempersuasi publik untuk membeli dan menggunakan produknya. *Marketing public relations* dilakukan dengan mendekati publik terlebih dahulu, salah satu caranya adalah dengan melakukan *corporate social responsibility*. Dan dampak dari kegiatan tanggung jawab sosial lingkungan tersebut adalah publik menjadi tertarik dan memandang baik perusahaan. Tujuan utama dari dilakukannya *marketing public relations* adalah untuk mencapai kepuasan pelanggan, sebab rasa puas tidak akan muncul secara instan, tetapi melalui proses dan membutuhkan waktu.

Berikut merupakan kerangka pikir dalam penelitian mengenai implementasi *marketing public relations* sebagai upaya mencapai *customer satisfaction*.





















