

ABSTRAK

Anita Himalaya (41160251), Strategi *Marketing Public Relations* PT Premium Parfum Indonesia Dalam Menarik Minat Beli Publik Eksternal.

Parfum merupakan kebutuhan manusia sejak jaman kuno. Hal tersebut dapat terungkap dari peninggalan arkeologis bangsa-bangsa terdahulu. Parfum adalah suatu zat atau campuran zat yang berbau wangi, produk yang sudah tidak asing lagi dalam kehidupan sehari-hari. Apalagi saat ini aroma parfum yang ditawarkan sudah semakin beragam, baik yang dikhususkan untuk pria, wanita, ataupun untuk keduanya. Kata parfum sendiri berasal dari bahasa latin “*per fumum*” yang berarti melalui asap. Riwat parfum telah ada sejak zaman Mesopotamia kuno sekitar lebih dari 4000 tahun yang lalu. Pada zaman dahulu, orang-orang menggunakan tanaman herbal, rempah-rempah dan bunga dan dicampurkan bersama untuk membuat wewangian. Selanjutnya pada pertengahan abad ke-15 parfum mulai dicampur minyak dan alkohol. PT Premium *Parfume* Indonesia merupakan distributor tunggal untuk produk parfum dan aroma produksi *brand-brand* ternama Perancis, antara lain **Essences & Parfums, Jean Niel, dan Senses** (Senses adalah salah satu *Brand* agen Parfum yang berasal dari Singapore). Mitra PT Premium *Parfume* Indonesia terdiri dari *brand-brand* kelas dunia yang sangat dikenal dan diakui kualitasnya di benua Eropa dan Asia. Produk-produk yang dihasilkan oleh *brand-brand* ini berkualitas terbaik dan telah melalui uji coba selama bertahun-tahun. PT Premium *Parfume* Indonesia telah berpartisipasi program kepada publik eksternal yaitu program ICI Plus dan APRINDO FAIR dari tanggal 3-5 April 2018. Dimana program tersebut mendapat kesan positif bagi para pelanggan serta memberikan keuntungan dan edukasi bagi para pelanggan baik yang baru ataupun pelanggan yang lama untuk mengenal lebih dalam lagi ruang lingkup bisnis dalam dunia parfum. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam pembuatan Laporan Tugas Akhir (TA) menggunakan metode deskriptif. Serta hasil penelitian berjalan dengan lancar.

Kata Kunci : Strategi *Marketing Public Relations*, Menarik Minat Beli

ABSTRACT

Anita Himalaya (41160251), Public Relations Marketing Strategy of PT Premium Parfum Indonesia in Attracting External Public Buying Interests.

Perfume is a human need since ancient times. This can be revealed from the archeological heritage of the previous nations. Perfume is a substance or mixture of substances that smell good, a product that is already familiar in everyday life. Especially at this time the aroma of perfume offered is increasingly diverse, both devoted to men, women, or for both. The word perfume itself comes from the Latin "per fumum" which means through smoke. The history of perfume has existed since ancient Mesopotamia around more than 4000 years ago. In ancient times, people used herbs, herbs and flowers and mixed together to make fragrances. Then in the mid-15th century perfume began to be mixed with oil and alcohol. PT Premium Parfum Indonesia is the sole distributor of perfume and aroma products produced by well-known French brands, including Essences & Parfums, Jean Niel, and Senses (Senses is one of the Perfume agent brands originating from Singapore). PT Premium Parfum Indonesia's partners consist of world-class brands that are well known and recognized for their quality in Europe and Asia. The products produced by these brands are of the highest quality and have been tested for years. PT Premium Parfum Indonesia has participated in programs for the external public namely ICI Plus and APRINDO FAIR programs from 3-5 April 2018. Where the program is get a positive impression for customers and provide benefits and education for both new and old customers to get to know more about the scope of business in the world of perfume. The research method used by the author in making the Final Project Report (TA) uses descriptive methods. And the results of the research went smoothly.

Keywords: Public Relations Marketing Strategy, Attract Buying Interest