

ABSTRAK

Hotel Inna Garuda Yogyakarta adalah salah satu perusahaan penyedia jasa perhotelan di Yogyakarta yang dapat dikatakan cukup senior di Yogyakarta mengingat usianya yang sebetulnya sudah cukup tua namun di satu sisi Hotel Inna Garuda terlihat masih cukup eksis. Apakah pelayanan prima *public relations* yang dijalankan pihak perusahaan jugalah yang membuat hotel ini tidak kehilangan konsumennya. Hal inilah yang kemudian membuat peneliti tertarik untuk meneliti adakah hubungan antara pelayanan prima khususnya yang dijalankan oleh divisi *public relations* dengan tingkat kepuasan konsumen di Hotel Inna Garuda Yogyakarta. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori model pertukaran social. Teori ini mengatakan bahwa setiap individu secara sukarela memasuki dan tinggal dalam hubungan sosial hanya selama hubungan itu dirasa cukup memuaskan ditinjau dari segi ganjaran dan biaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara kepustakaan dan menyebar kuisisioner. Hasil penelitian dengan menggunakan *correlations product moment* diketahui R hitung sebesar (0,760) sehingga dapat dikatakan ada hubungan yang positif dan signifikan antara pelayanan prima *public relations* Hotel Inna Garuda Yogyakarta dengan tingkat kepuasan konsumen di Hotel Inna Garuda Yogyakarta. Pelayanan prima yang dilakukan mempunyai hubungan sebesar 56,8% terhadap kepuasan konsumen sedangkan 43,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya.