

## ABSTRAK

Hotel yang paling banyak diminati di Yogyakarta adalah hotel bintang 3, salah satunya Quin Colombo Hotel. Letaknya yang berada di ring 3 dan persaingan dengan hotel sejenis yang berada di ring lebih dekat dengan pusat kota menuntut manajemen Quin Colombo Hotel mampu bersaing ketat untuk mencapai target konsumen dan *income*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui marketing public relations di Quin Colombo Hotel Yogyakarta dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) pelaksanaan *marketing public relations* di Quin Colombo Hotel Yogyakarta dengan strategi operasional, kerjasama dan pendekatan tanggung jawab sosial *public relations*, 2) program *marketing public relation* meliputi perencanaan yaitu riset dan perencanaan pemasaran; analisis pasar; perencanaan dan pengembangan produk; menetapkan target; menyusun strategi pemasaran; menetapkan harga; menetapkan strategi harga; menyusun konsep pelayanan; melaksanakan *positioning strategy* serta melaksanakan *promotion* dan *public relations*; implementasi meliputi pemasaran, program publikasi dan kerjasama; dan evaluasi untuk melihat pencapaian target yang diinginkan, dan 3) faktor pendukung yaitu tersedia dana, media informasi yang beragam, dan tim yang dapat bekerjasama dalam program *marketing public relations* serta faktor penghambat yaitu kurang maksimalnya penggunaan media komunikasi massa seperti koran dan televisi serta semakin banyaknya hotel yang didirikan di Yogyakarta yang telah mengembangkan manajemen hotel dengan standar pelayanan lebih tinggi.

***Kata kunci:*** *public relations*, hotel, Quin Colombo