

ABSTRAK

Hotel merupakan salah satu unsur pariwisata yang mempunyai peranan besar didalam memberikan pelayanan bagi wisatawan. Salah satunya yaitu Hotel Endah Parahyangan yang merupakan jasa penyedia pelayanan penginapan yang terletak di jalan raya cibeureum No.14 Bandung. Namun hotel bukan suatu tujuan wisata tetapi merupakan tempat dimana wisatawan beristirahat dan mengatur kegiatan selanjutnya. Oleh karena itu hotel dengan berbagai fasilitasnya harus mampu memenuhi kebutuhan wisatawan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Hubungan Antara Kegiatan Promosi Humas Hotel Endah Parahyangan Dengan Minat Konsumen” sehingga untuk menjawab masalah tersebut, peneliti menganalisa kegiatan promosi Humas Hotel Endah Parahyangan menggunakan unsur bauran promosi yang dikemukakan oleh Morrison yaitu : *Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Merchandising* dan *Public Relations*.

Jenis Penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah penelitian dengan jenis Kuantitatif menggunakan metode korelasional yaitu meneliti hubungan antara variabel-variabel. Populasi dalam penelitian ini yaitu melakukan wawancara dengan Humas Hotel Endah Parahyangan dan memberikan angket kepada konsumen Hotel Endah Parahyangan (terhitung sejak bulan Januari hingga Maret 2014) sebanyak 929 konsumen dikerucutkan dengan rumus Yamane mengambil size sebanyak 10% menjadi 90 konsumen.

Dari hasil pengolahan data terdapat kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara kegiatan *advertising* Humas Hotel Endah Parahyanan Dengan Minat Konsumen, terdapat hubungan antara kegiatan *Personal Selling* Humas Hotel Endah Parahyangan dengan Minat Konsumen, terdapat hubungan antara kegiatan *Sales Promotion* Humas Hotel Endah Parahyangan dengan Minat Konsumen, terdapat Hubungan Antara Kegiatan *Merchandising* Humas Hotel Endah Parahyangan Dengan Minat Konsumen, terdapat Hubungan Antara Kegiatan *Public Relations* Dengan Minat Konsumen.

Dan dari hasil pengolahan data diatas, terdapat keseluruhan kesimpulan bahwa terdapat Hubungan Antara Kegiatan Promosi Humas Hotel Endah Parahyangan Dengan Minat Konsumen.

ABSTRACT

Hotel is one of tourism elements that has big effect in giving service to tourist. One of them is Hotel Endah Parahyangan which serve lodging for the night attendance located in jalan raya cibeureum No.14 Bandung. Hotel is not a tourism destination but only a place to rest and stay the night for the next tour. That is why hotel must has so many facilities to fulfill the tourist necessity.

This research has a purpose to examine “Connection Between Public Relations Promotion Activity in Hotel Endah Parahyangan With Consumer Interest” then to find solution in that problem, researcher analized Public Relations promotion activity using mixed promotion element by Morrison; *Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Merchandising dan Public Relations.*

The research that is used by researcher is quantitative reasearch by correlation in researching connection between many statistical variables. Population in this research is by interview the public relations in Hotel Endah Parahyangan and give questionnaire to consumers in Hotel Endah Parahyangan (since January until March 2014) 929 consumers which is minimalized by yamane formula that is taking 10% size into 90 consumers.

The result of data tabulation is we can find connection between public relations advertising activity in Hotel Endah Parahyanan with consumer interest, there is connection between public relations sales promotion activity in Hotel Endah Parahyangan with consumer interest, there is connection between public relations merchandising activity in Hotel Endah Parahyangan with consumer interest, there is connection between public relations with consumer interest.

And from data tabulation above, there is a conclusion that there is connection between public relations promotion activity in Hotel Endah Parahyangan with consumer interest.