

## INTISARI

Perkembangan industri pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta mempengaruhi peningkatan jumlah wisatawan yang menginap. Kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki peranan penting dalam menunjang kepuasan tamu yang diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas tamu. Setiap hotel memiliki strategi tersendiri dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas tamu yang dikembangkan oleh *Public Relation*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan tamu dari aspek kualitas pelayanan dan kualitas produk, serta strategi *Public Relation* dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas tamu. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan kualitatif dengan teknik pengumpulan data kuantitatif melalui kuesioner dengan populasi tamu yang berkunjung pada bulan November 2019 – Maret 2020 dan aspek kualitatif dengan metode observasi partisipatif dan wawancara. Dalam pelaksanaannya penulis menggunakan metode kuantitatif, deskriptif, dan kepustakaan. Analisis yang dilakukan adalah analisis deskriptif. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa komponen kepuasan pelanggan yang meliputi kualitas pelayanan dan kualitas produk menunjukkan hasil yang memuaskan dengan rata-rata paling tinggi adalah 4.18 dan 4.04 yaitu bangunan yang kuat dan kokoh serta tidak pernah terjadi keributan. Selain itu komponen kecepatan internet, perbaikan fasilitas, desain interior serta keinginan berkunjung ulang menunjukkan hasil yang kurang memuaskan dengan rata-rata dibawah 3.89. Hal ini menjadikan New Saphir Hotel Yogyakarta menggunakan strategi komunikasi mempertahankan loyalitas tamu dengan *push strategy*, *pull strategy*, dan *profile strategy*.

**Kata Kunci:** New Saphir Hotel Yogyakarta, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, *Public Relation*

## ABSTRACT

*The development of the tourism industry in the Special Region of Yogyakarta affects the increasing number of tourists staying. Service quality and product quality have an essential role in supporting guest satisfaction that is expected to maintain and increase guest loyalty. Each hotel has its strategy in maintaining and increasing guest loyalty developed by Public Relations. This study aims to determine how the level of guest satisfaction in terms of service quality and product quality, as well as the Public Relations strategy in maintaining and increasing guest loyalty. This research is a quantitative and qualitative study with quantitative data collection techniques through a questionnaire with a visiting population of visitors from November 2019 - March 2020 and qualitative aspects with participatory observation and interview methods. In its implementation, the authors use quantitative, descriptive, and library methods. The analysis conducted is descriptive. The results obtained from this study indicate that the component of customer satisfaction, which includes service quality and product quality shows satisfactory results with the highest average are 4.18 and 4.04, which is a reliable and sturdy building, and there is no noise. But the components of internet speed, facility improvements, interior design and the desire to visit again showed unsatisfactory results with an average below 3.89. It makes New Saphir Hotel Yogyakarta use communication strategies to maintain guest loyalty with push strategy, pull strategy, and profile strategy.*

***Key words: New Saphir Hotel Yogyakarta, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Service Quality, Product Quality, Public Relation***