

ABSTRAK

Aston Braga Hotel & Residence Bandung merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang perhotelan. Citra perusahaan dibutuhkan untuk menghadapi persaingan dengan kompetitor, dari hal itu Aston Braga Hotel & Residence membutuhkan *Public Relations* untuk membuat Citra Perusahaan lebih baik dan dikenal oleh masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana *Public Relations* menurut persepsi konsumen, bagaimana *Brand Image* menurut persepsi konsumen, dan seberapa besar pengaruh *Public Relations* terhadap *Brand Image* Aston Braga Hotel & Residence.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif kausal dan verifikatif. Sampel penelitian adalah 100 responden yang mengetahui kegiatan *Public Relations* Aston Braga Hotel & Residence Bandung. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner, observasi, dan studi pustaka. Hasil penyebaran kuisioner diolah melalui bantuan microsoft excel 2013 dan SPSS versi 23. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier sederhana dengan bantuan software SPSS versi 23.

Hasil penelitian mengungkapkan besarnya nilai *Public Relations* sebesar 79,40% dalam kategori tinggi, sedangkan nilai *Brand Image* sebesar 80,75% dalam kategori tinggi. Pengaruh *Public Relations* terhadap *Brand Image* sebesar 95,1% sedangkan sisanya yaitu 4,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model yang diajukan dalam penelitian ini, seperti *Brand Ambassador*, *Brand Awareness*, dan *Brand Equity*.

Kata kunci: *Public Relations*, *Brand Image*