

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pengunjung Jurug Bulu Damar dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Periklanan, Promosi, Hubungan Masyarakat Dan Publisitas, Objek Wisata Jurug Bulu Damar Dalam Upaya Menarik Minat Pengunjung*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang dengan metode penarikan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*. Alatanalisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *Periklanan (X1)* berpengaruh secara positif pada *Minat Pengunjung (Y)* .*Promosi (X2)* berpengaruh positif dan signifikan pada *Minat Pengunjung (Y)*. *Hubungan Masyarakat Dan Publisitas(X3)* berpengaruh positif dan signifikan pada *Minat Pengunjung (Y)*. Selain itu hasil penelitian juga menunjukkan bahwa secara simultan *Periklanan (X1), Promosi (X2) Hubungan Masyarakat Dan Publisitas (X3)* berpengaruh secara signifikan terhadap *Minat Pengunjung (Y)* di Jurug Bulu Damardan model penelitian tersebut memiliki kelayakan yang baik.

Katakunci :*Periklanan, Promosi, Hubungan Masyarakat Dan Publisitas, Minat Pengunjung*

## ***ABSTRACT***

This research was conducted on visitors of JurugBuluDamar with the aim of knowing and analyzing the influence of advertising, promotion, public relations and publicity, Jurug BuluDamar tourism object in an effort to attract visitor's interest. The number of samples in this study were as many as 100 people with the sampling method using the Accidental Sampling method. The analytical tool used to test the hypothesis in this study using multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that partially Advertising (X1) has a positive effect on Visitor Interest (Y). Promotion (X2) has a positive and significant effect on Visitor Interest (Y). Public Relations and Publicity (X3) have a positive and significant effect on Visitor Interest (Y). In addition, the research results also show that simultaneously Advertising (X1), Promotion (X2) Public Relations and Publicity (X3) have a significant effect on Visitor Interest (Y) at the Jurug Bulu Damar and the research model has good feasibility.

Keywords: Advertising, Promotion, Public Relations and Publicity, Visitor Interest