

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). *BUKU METODE PENELITIAN BISNIS KUANTITATIF DAN KUALITATIF*. Noah Aletheia.
- Batubara, A. K. (2017). STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT BAGIAN HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN KEPADA PELANGGAN DI HOTEL GRAND KANAYA MEDAN. *Publik Reform*, 2(2).
- Danuri, P. P., Maisaroh, S., & Prosa, P. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan*.
- Samudra Biru (Anggota Biru). Dominggos, G., Nendissa<sup>1</sup>, J., Achmadi<sup>2</sup>, R., Wisata, P. U., & Jakarta, A. (2018). PENGARUH LOKASI DAN MOTIVASI WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI ALAM CURUG GONGSENG KUNINGAN JAWA BARAT. In *Jurnal EDUTURISMA, Edisi ke-5 (Vol. 1)*.
- Firdaus, F. R., & Yuningsih, S. (2023). Pengaruh Kegiatan Marketing Public Relations Terhadap Reputasi PT. Sugar Group Companies (Survei Pada Warga Seputih Mataram RT/2RW1). *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(3), 331–341.
- Frank Jefkins, Public Relations, Edisi Kelima, Terjemahan Daniel Yadin (Jakarta: Erlangga, 2003), hal 8
- Giraliyandi, M. P., & Oktarini, D. R. (2018). Pengaruh Marketing public relations terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung pada Wisata Kebun Raya Cibodas (Survei Pengunjung Wisata Kebun Raya Cibodas). *Prosiding Manajemen*, 4(1).
- Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi ketigabelas*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas, Jilid 1*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 103
- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif (panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis dalam penelitian kuantitatif)*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan ....

Mc. Daniel Lamb dan Hair. (2001). Pemasaran Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat

Neni Yulianita, Dasar-Dasar Public Relations, (Bandung: Pusat Penerbit Universitas, 2007), h.27.

Paramita, R. W. D. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Edisi 1*. STIE Widya Gama

Lumajang. Priandono, T. E. (2023). *Modern Public Relations*. Prenada Media.

Putri, A. P., & Novalita, D. P. (2016). PENGARUH PROMOTION MIX TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI ALAM IMAJINASI TAMAN BUNGA NUSANTARA (Survei terhadap Pengambil Keputusan Rombongan Wisatawan Nusantara Untuk Berkunjung Ke Alam Imajinasi Taman Bunga Nusantara Kabupaten Cianjur). *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 1(2), 87-100.

Rahastine, M. P. (2021). Analisa Peranan dan Fungsi Public Relation Baitulmaal Munzalan Indonesia Dalam Publikasi Gerakan Infaq Beras Jakarta. *Journal Komunikasi*, 12(1), 85–90.

Rhenald Kasali. 2003. *Manajemen Public Relations: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Ruslan, R. (2017). *Manajemen public relations dan media komunikasi: konsepsi dan aplikasi (14th ed.)*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. KBM Indonesia.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Wahid, U., & Puspita, A. E. (2017). Upaya peningkatkan brand awareness PT. Go-Jek Indonesia melalui aktivitas marketing public relations. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 31–43.

Wijaya, C. R., Waluya, B., & Setyorini, H. P. D. (2012). Pengaruh Program Marketing Public Relations Terhadap Keputusan Berkunjung Di Pantai Pangandaran (Survei pada Wisatawan yang Berkunjung ke Destinasi Pariwisata Pantai Pangandaran). *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 2(2), 299–314.