

## ABSTRAK

**ISMAIL AKBAR. NIM 20181170011. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen di PT Buana Tour And Travel Saat Covid 19. Dibawah bimbingan Ibu Dr Levyda, SE, MM.**

Kondisi perekonomian saat wabah covid 19 sangat turun secara signifikan, salah satunya industri pariwisata. PT Buana Tour And Travel yang merupakan salah satu perusahaan di bidang travel di Jakarta Timur ikut terkena dampak. Hal itu banyak juga dirasakan perusahaan lain khususnya di bidang travel. Permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah : Bagaimana pengaruh promosi, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli konsumen di PT Buana tour and travel saat covid 19?

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dan studi kepustakaan. Populasi pengumpulan data ini adalah para konsumen PT Buana Tour And Travel Jakarta Timur. Adapun jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian diperoleh dalam persamaan regresi berganda  $Y = 4,894 + 0,241 X_1 + (-0,145) X_2 + 0,403 X_3 + e$ . Untuk mengetahui tingkat signifikan bauran pemasaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen, dilakukan uji F. Hasil perhitungan dengan SPSS didapatkan nilai pada promosi 0,241  $H_0$  diterima  $H_0$  ditolak, kualitas produk -0,145  $H_0$  ditolak  $H_0$  diterima, dan harga 0,403  $H_0$  diterima  $H_0$  ditolak. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa promosi dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Selanjutnya supaya tingkat minat beli konsumen terpenuhi, maka manajemen perusahaan perlu meningkatkan penjualan tentang promosi, kualitas produk, dan harga, salah satunya kualitas produk yang harus dikembangkan kembali. Dalam bauran pemasaran.