

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 melumpuhkan industri restoran Indonesia dan membuat penurunan yang signifikan pada kepercayaan konsumen yang berimbas pada menurunnya minat pembelian untuk *dine-in* di restoran. Untuk bertahan di situasi sulit ini, manajemen restoran harus adaptasi secara cepat dan membuat strategi baru dalam mengembalikan kepercayaan konsumen dan menumbuhkan minat pembelian konsumen untuk *dine-in* di restoran. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa terdapat pertumbuhan permintaan konsumen atas higienitas, kebersihan, dan sanitasi pada industri restoran yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dan minat pembelian konsumen untuk *dine-in* di restoran.

Dalam pemenuhan permintaan konsumen atas higienitas, kebersihan, dan sanitasi, perlu diterapkan program promosi kesehatan sehingga menimbulkan rasa percaya konsumen serta berdampak kepada minat pembelian konsumen untuk *dine-in* di restoran. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kausal, dengan menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) menggunakan *software* SmartPLS 3. adapun metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan total 200 responden.

Hasil dari penelitian ini menyatakan besarnya kontribusi Promosi Kesehatan (X) berpengaruh secara total yang langsung mempengaruhi Kepercayaan Konsumen (Z) adalah 42,38%. Sisanya sebesar 57.62% dipengaruhi faktor lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini. Kemudian besarnya kontribusi Promosi Kesehatan (X) dan Kepercayaan Konsumen (Z) berpengaruh secara simultan yang langsung mempengaruhi Minat Pembelian (Y) adalah 29.40%. sisanya 70.60% dipengaruhi faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Covid-19 , Restoran, Promosi Kesehatan, Kepercayaan Konsumen, Minat Pembelian.