

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang nyata merupakan teknologi yang mampu merubah cara kita menyampaikan informasi. Tidak hanya itu kecanggihannya dari sebuah teknologi dapat menciptakan perilaku masyarakat yang dimudahkan serta semakin efisien. Salah satunya perilaku dalam menggunakan fasilitas untuk keperluan berwisata. Salah satu faktor untuk menentukan minat berlibur yaitu adanya *Sales Promotion* Traveloka. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris Pengaruh *Sales Promotion* Traveloka Terhadap Minat Berlibur Mahasiswa di Masa Pandemi *Covid-19*.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Kota Bandung dengan jumlah sampel sebanyak 105 mahasiswa. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer. Terkait analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS versi 19.

Hasil analisis regresi linear sederhana diketahui bahwa *sales promotion Epic Sales* Traveloka berpengaruh positif pada minat berlibur, sebanyak 2,348 yang artinya apabila *sales promotion epic sales* traveloka terjadi kenaikan menyebabkan minat berlibur mengalami kenaikan. Kesimpulan ini diambil t_{hitung} sebesar 15.833 dan untuk tingkat signifikan untuk *sales promotion epic sale* traveloka (X) sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) yang menandakan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa *sales promotion* traveloka berpengaruh terhadap minat berlibur mahasiswa di masa pandemi *Covid-19*.

Kata kunci: *sales promotion traveloka, epic sale, minat berlibur, Covid-19.*