

ABSTRAK

PT Habibi Duta Abadi adalah sebuah perusahaan yang bergerak di sektor layanan perjalanan wisata dan berkomitmen untuk memberikan pengalaman perjalanan terbaik bagi konsumennya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan dalam rangka meningkatkan minat beli konsumen terhadap layanan yang ditawarkan. Salah satu tantangan yang dihadapi perusahaan adalah kurang efektifnya metode pemasaran yang digunakan di platform media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode naratif, serta dianalisis menggunakan konsep bauran pemasaran 7P, yang mencakup produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik.

Penelitian ini memanfaatkan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui hasil observasi langsung, wawancara, serta dokumentasi yang dilakukan di PT Habibi Duta Abadi. Sementara itu, data sekunder berasal dari referensi tertulis seperti buku dan literatur lain yang relevan dengan topik penelitian. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan analisis data dan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang paling menonjol adalah strategi promosi. Implementasi strategi promosi ini dilakukan melalui pendekatan langsung ke sekolah-sekolah, lembaga-lembaga, serta melalui media sosial dan media cetak. Strategi promosi yang diterapkan oleh PT Habibi Duta Abadi terbukti memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan minat konsumen dalam melakukan pembelian.

Kata Kunci: *Strategi, Bauran Pemasaran, Minat, Penjualan, Promosi*