

## Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap penjualan usaha kuliner pada masa pandemic covid-19 ini, karena pada masa pandemi covid-19 ini banyak sekali Usaha kuliner yang kesusahan dan mengalami penurunan, penelitian ini dilakukan pada daerah Tangerang dan Tangerang Selatan. Adapun rumusan masalah daripada penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah 8P (*product, people, partnership, place, packaging & programming, price, promotion*) berpengaruh terhadap penjualan usaha kuliner selama pandemi Covid-19 di Tangerang Selatan dan Tangerang. Penelitian ini bertujuan memberikan keterangan tentang faktor yang memengaruhi penjualan usaha kuliner. Faktor-faktor tersebut diantara lain adalah *product*, kedua ialah *Place*, yang ketiga merupakan *Price*. Faktor keempat merupakan *Promotion* yang kelima merupakan *People*, yang keenam merupakan *Packaging & Programming*, yang ketujuh merupakan *Partnership*. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif eksplanatif, dimensi waktu *cross sectional*, memiliki generalisasi riset yang tinggi, lingkungan riil, unit analisis industri, menggunakan penentuan sample dengan *convenience sampling*, mengumpulkan data dengan kuesioner, dan mempunyai 28 indikator sebagai alat ukur variabel penelitian, Data yang terkumpul tersebut kemudian akan diolah menggunakan PLS untuk Analisa statistic deskriptif, uji reabilitas, validitas, uji multikolinearitas, uji hipotesis parsial, uji diskriminan validitas, dan Uji  $R^2$  untuk memastikan data layak dipakai, kemudian tahap terakhir adalah Uji T untuk pengujian hipotesis.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Penjualan, Pariwisata, Usaha Kuliner, *Food & Beverage*