

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah citra perusahaan (X1), fasilitas (X2) dan harga (X3) mempengaruhi minat beli (Y) saat *high season* pada hotel yang berada di kota Semarang, dan menganalisis faktor manakah yang paling dominan serta memiliki pengaruh paling besar terhadap minat beli pada hotel yang berada di kota Semarang terutama pada saat *high season*.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan sejumlah data primer dan sekunder. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (multikolinearitas, normalitas, heteroskedastisitas), serta analisis regresi linear berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan, diperoleh hasil yaitu, $Y = 0,326 X1 + 0,346 X2 + 0,129 X3$. Dimana variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel fasilitas (0,307), diikuti oleh variabel citra perusahaan (0,326), dan variabel harga (0,306). Hasil uji t membuktikan bahwa kedua variabel independen yaitu fasilitas dan citra perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sedangkan variabel harga mempunyai pengaruh positif tetapi secara tidak signifikan terhadap minat beli. Koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,407. Hal ini berarti 40,7 % minat beli terhadap hotel yang berada di Semarang terutama pada saat *high season* dipengaruhi oleh variabel citra perusahaan, fasilitas, dan harga. Dan sisanya yaitu sebesar 59,3 % dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : Citra perusahaan, fasilitas, harga, minat beli, hotel, *high season*