

ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh dari program promosi terhadap keputusan membeli konsumen. Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 80 pelanggan restoran Izzi Pizza yang berada di Tebet. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah convenience sampling, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari program promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada restoran Izzi Pizza.

Kata Kunci : Program Promosi, Keputusan pembelian

