

ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen. Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang warga Kelurahan Joglo, Jakarta Barat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Convenience Sampling*, sedangkan metode analisis yang digunakan adalah uji regresi linier sederhana pada program SPSS 16.

Hasil pengujian dengan menggunakan uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian selain promosi dan minat beli konsumen dengan lingkup penelitian yang lebih luas.

Kata kunci : Promosi, Minat Beli Konsumen



UNIVERSITAS
MERCU BUANA