

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin canggih, menjadi salah satu faktor pendukung sebuah bisnis menggunakan media internet untuk memasarkan suatu produk. Pemasaran dengan menggunakan internet, baik dengan *social media* (jejaring sosial) ataupun *website* membuat produk dapat dijual secara lebih luas. Adapun situs jejaring sosial yang paling banyak diakses adalah *twitter*. Bagi perusahaan, promosi melalui media sosial dapat mengurangi biaya dibandingkan dengan menggunakan promosi *offline*. Media sosial *twitter* digunakan oleh Ouval Research sebagai media promosi untuk dapat memasarkan produknya.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Ouval Research dimana sampel yang di ambil sebanyak 100 responden. Twitter ini bertujuan untuk membantu konsumen dalam melihat informasi yang dikeluarkan oleh Ouval Research.

Promosi melalui media sosial twitter berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Ouval Research hal ini karena Ouval Research gencar dalam mempromosikan produknya dengan cara promosi melalui media sosial twitter kepada konsumen atau calon konsumen.

Kata kunci: Promosi, *Twitter*, Keputusan Pembelian