

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan promosi penjualan pada Distro Ouval Research, untuk mengetahui minat beli konsumen pada Distro Ouval Research Bandung, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen pada Distro Ouval Research, Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden yang pernah melakukan pembelian di distro Ouval Research. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Sederhana untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Berdasarkan penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada produk Ouval Research Bandung dengan besar pengaruh sebesar 52,10%.

Kata Kunci: Promosi, Minat Beli Konsumen.