

ABSTRAK

Sales Promotion merupakan sebuah kegiatan promosi penjualan yang dilakukan dengan jangka waktu tertentu yang berguna untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa melalui dorongan kepada konsumen yakni keputusan pembelian. Berbagai alat-alat sales promotion yg dapat digunakan diantaranya seperti sampel, kupon, paket harga, dan garansi produk. Salah satu kegiatan sales promotion yaitu Sociolla Beauty Wonderland 12.12 Wonder Sale. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Program *Sales Promotion Sociolla Beauty Wonderland 12.12 Wonder Sale* terhadap Keputusan Pembelian konsumen di masa pandemic COVID-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini adalah Program *sales promotion Sociolla Beauty Wonderland 12.12 Wonder Sale* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dibuktikan melalui hasil analisis regresi sebesar 1.098 pada variabel Sales Promotion memiliki pengaruh bahwa setiap kenaikan 1% akan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Selain itu ditemukan adanya hubungan variabel sales promotion berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 36%. Sedangkan 64% dipengaruhi oleh variabel lain yg tidak ada di penelitian ini.

Kata Kunci: *Sales Promotion*, Kupon, Paket Harga, Garansi Produk, Keputusan Pembelian