

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah promosi, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada konsumen PT. Gorilla Perkasa Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah siapa saja yang terpengaruh oleh informasi dari media sosial PT. Gorilla Perkasa Indonesia (Instagram: @gorillafoodofficial) dengan jumlah sampel akhir sebanyak 397 responden menggunakan metode probability sampling. Sumber data dalam penelitian ini adalah primer (wawancara & kuesioner) dan sumber data sekunder (buku, literatur, jurnal, dll). Hasil analisis data membuktikan bahwa: promosi, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian baik dilihat per variabel maupun secara simultan.

***Kata Kunci* : Promosi, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian**