

## ABSTRAK

Dewasa ini, perkembangan Teknologi semakin berkembang dengan pesat, salah satunya pada bidang pendidikan. Dengan adanya perkembangan teknologi metode pembelajaran pun secara perlahan berubah seperti sebuah pergeseran orientasi belajar dari dibimbing oleh guru sampai belajar secara mandiri. Dimana para pelajar dapat belajar secara mandiri dengan menggunakan teknologi seperti *e-learning*. Dengan demikian, Ruangguru pun hadir sebagai salah satu bimbel *online* yang didirikan oleh Adamas Belva Syah Devara dan partnernya yaitu Iman Usman. Adapun tujuan utama dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli ruangguru. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, dengan jumlah responden yang berjumlah 385 orang. Penelitian ini menggunakan metode regresi linear sederhana dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh promosi penjualan dengan minat beli sebesar 10,3% sedangkan sisanya 89,7% dipengaruhi oleh variabel lain seperti *brand ambassador*, tergeser oleh pesaing atau bauran promosi lainnya (iklan, direct marketing, PR, personal selling), dll.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Minat Beli dan Bimbel *Online*.