**ABSTRAK**

 **Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Mochio Japanese Ice Cream Bandung bahwa penjualan belum optimal. Hal ini terlihat dari indikator-indikator antara lain belum tercapainya penjualan dan laba penjualan yang diinginkan perusahaan. Hal ini disebabkan karena kurangnya pelaksanaan promosi seperti kurangnya promosi elektronika, pemberian sample dan paket harga. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui data dan informasi mengenai pengaruh promosi Mochio Japanese Ice Cream Bandung dalam meningkatkan penjualan dan mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi serta usaha-usaha yang dilakukan dalam pelaksanaan promosi pada Mochio Japanese Ice Cream Bandung.**

 **Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis yang menggunakan teknik pengumpulan data melalui penelitian pustaka dan penelitian lapangan yang terdiri dari observasi, wawancara, dan angket. Teknik analisis yang digunakan dengan membuat presentase hasil jawaban. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan uji validasi dan uji realibilitas. Populasi dipilih dari karyawan Mochio Japanese Ice Cream Bandung, menggunakan sampel 6 orang. Metode analisis dalam pengolahan data menggunakan persamaan Regresi Linear Sederhana dan Korelasi Rank Spearman (rs). Dan Koefisien Determinasi.**

**Hasil penelitian adalah bahwa promosi yang sudah dilaksanakan pada Mochio Japanese Ice Cream Bandung adalah promosi advertising dan sales promotion, sedangkan yang belum sepenuhnya dilaksanakan yaitu promosi personal selling, publishing dan direct marketing.**

**Hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi dalam meningkatkan penjualan pada Mochio Japanese Ice Cream Bandung antara lain dana perusahaan terbatas dalam pemberian sample dan belum adanya fasilitas untuk ekspansi produk. Usaha-usaha yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut adalah perusahaan mengalokasikan dana khusus untuk promosi.**

**Kesimpulan dari penelitian adalah penjualan belum optimal dikarenakan pelaksanaan promosi belum bisa sepenuhnya menarik konsumen. Saran-saran yang diberikan dalam promosi hendaknya dilakukan secara berkala agar penjualan bisa meningkat.**

**Kata Kunci : Promosi dan penjualan**