# ABSTRAK

Toko Valentino Bandung ieu teh usaha dibidang fashion sagala rupa model sepertos jacket, kaos, kameja, sarta lainya. Dumasar kana panalungtikan di Toko Valentino Bandung, panaliti mendak masalah anu dialaman pausahaan kasebat yaktos henteu kahontal na udagan anu atos dicindekkeun, dimargikeun kirang na sales promotion sarta kirang na promosi anu dipigawe ku Toko Valentino Bandung.

Tujuan panalungtikan ieu teh kanggo 1) terang palaksanaan promosi di Toko Valentino Bandung, 2) terang kaayaan penjualan di Toko Valentino Bandung, 3) terang sabaraha ageung pangaruh promosi ka penjualan di Toko Valentino Bandung, 4) terang tahanan sarta usaha anu dipigawe dina palaksanaan di Toko Valentino Bandung. Metode panalungtikan anu diangge nyaeta metode kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data anu diangge nyaeta panalungtikan lapang mangrupi observasi non partisipan, wawancara terstruktur, sarta sumebarna angket ka 11 jalmi responden. Kanggo analisis data dipake uji validitas instrumen,uji reliabilitas instrumen,pengujian hipotesis,koefisisen korelasi X sarta Y,analisis regresi linier basajan,korelasi product moment pearson sarta analisis koefisien determinasi.

Dumasar data anu mangrupa hasil ti panalungtikan, kenging uji koefisien determinasi menunjukeun yen promosi berkontribusi ageung ka kanaekan penjualan di Toko Valentino Bandung sagede 85, 8 %,sedengkeun sesana sagede 14.2% dipangaruhan faktor-faktor sanes anu henteu teridentifikasi.

Saran-saran anu tiasa peneliti dugikeun nyaeta Toko Valentino Bandung sasaena ngalakukeun strategi promosi anu sae kanggo online atawa offline supados ngaronjatkeun penjualan, sajaba ti eta pausahaan kedah merekrut desainer kanggo mendesain produk maranehanana supados henteu produk na henteu monoton sarta pausahaan muka lowongan penerimaan pagawe anu ahli dina widang teknologi sarta informasi kanggo palaksanaan promosi online.

Kecap konci : Promosi, Kanaekan Penjualan.