# ABSTRAK

Toko Valentino Bandung ini adalah usaha yang bergerak dibidang *fashion* berbagai model seperti jacket, kaos, kemeja, dan lainya. Berdasarkan penelitian di Toko Valentino Bandung, peneliti menemukan masalah yang dialami perusahaan tersebut yaitu tidak tercapainya target yang sudah ditentukan, dikarenakan kurangnya sales promotion serta kurangnya promosi yang dilakukan oleh Toko Valentino Bandung.

Tujuan penelitian ini adalah untuk 1) mengetahui pelaksanaan promosi di Toko Valentino Bandung, 2) mengetahui kondisi penjualan di Toko Valentino Bandung, 3) mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap penjualan di Toko Valentino Bandung, 4) mengetahui hambatan dan usaha yang dilakukan dalam pelaksanaan di Toko Valentino Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian lapangan berupa observasi non partisipan, wawancara terstruktur, dan penyebaran angket kepada 11 orang responden. Untuk analisis data digunakan uji validitas instrumen, uji reliabilitas instrumen, pengujian hipotesis, koefisisen korelasi X dan Y, analisis regresi linier sederhana, korelasi *product moment pearson* dan analisis koefisien determinasi.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, hasil uji koefisien determinasi menunjukan bahwa promosi berkontribusi besar terhadap peningkatan penjualan di Toko Valentino Bandung sebesar 85,8 %, sedangkan sisanya sebesar 14.2% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak teridentifikasi.

Saran-saran yang dapat peneliti berikan yaitu Toko Valentino Bandung sebaiknya melakukan strategi promosi yang baik untuk online maupun offline agar meningkatkan penjualan, selain itu perusahaan harus merekrut desainer untuk mendesain produk mereka agar tidak produknya tidak monoton dan perusahaan membuka lowongan penerimaan karyawan yang ahli dalam bidang teknologi dan informasi untuk pelaksanaan promosi online. .