**ABSTRAK**

**Cok Ko TENGOK (CKT) Cloth Bandung mangrupakeun parusahaan aktipitas widang industri fashion. Industri fashion nu ieu aub Cok Ko Tengok (CKT) Cloth Bandung bertema keun etnis suku Batak. Dumasar hasil survei anu kaungkap aya ayeuna masalah Nyanghareupan ku jualan nu teu minuhan udagan jualan parusahaan. Masalah disangka alatan promosi teu acan dilaksanakeun merata ka sadaya calon nasabah.**

**Tujuan tina ieu panalungtikan nya eta pikeun nangtukeun efek promosi on gol jualan di Cok Ko Tengok (CKT) Cloth Bandung. Metodeu dipake nya eta metode deskriptif panalungtikan deskriptif. Data dikumpulkeun ku putusan panalungtikan sarta widang panalungtikan dina wangun wawancara, observasi non-partisipan jeung nyebarkeun angket ka 10 responden anu karyawan Cok Ko Tengok (CKT) Cloth Bandung. Di panggung analisis data dipake pikeun nguji validitas, reliabilitas, regresi linier sederhana, koefisien korelasi rank spearman, tes hipotesa na koefisien tina tekad.**

**Dumasar itungan koefisien korelasi product moment pearson. Ieu nunjukkeun yen efek kampanye tina tujuan jualan di pausahaan industri fashion Cok Ko Tengok (CKT) Cloth Bandung kuat, eta bisa ditempo tina koefisien tina tekad diala pikeun 72,2% sedengkeun sesana 27,8% ditangtukeun ku faktor sejen saluareun panalungtikan kayaning harga, kualitas sarta rasa.**

 **Cok Ko Tengok (CKT) Cloth Bandung dina palaksanaan promosi sababaraha lalawanan, antara sejen: Loba pesaing anyar nu nyieun parusahaan leungit sababaraha pasar. Kaos oblong desain nu condong hadir.**

 **Para panalungtik nyarankeun hasil panalungtikan anu geus dipigawe nyaeta pikeun ngawangun konsep jualan anjeun kalayan mere kado mangrupa nalika pameulieun kaos, sarta mamberikeun bungkusan unik nu bauna etnis keur unggal meuli kaos-kaos, pikeun narik perhatian calon konsumen.**

**Kecap Konci : Periklanan jeung Penjualan**