

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruhnya *Salesmanship* terhadap tingkat penjualan produk kosmetik yang signifikan untuk perusahaan. metode yang digunakan penulis adalah metode observasi, metode wawancara, dan metode kuesioner. Masalah yang timbul pada saat *Advertising* di perusahaan PT.Ekosjaya adalah pengaruhnya penjualan yang signifikan dibagian *Sales Promotion* terhadap perusahaan, pentingnya kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan dan untuk mengetahui data permintaan, mengetahui cara penjualan dengan nilai margin optimal. Hasil yang diperoleh dari pembahasan ini adalah pentingnya *Sales Promotion* dan *Advertising* untuk meningkatkan penjualan signifikan produk ke masyarakat, kepuasan pelanggan terhadap *Salesmanship* dan peningkatan data permintaan dengan ide bisnis jumlah pesaing rendah dan mengetahui nilai margin optimal bisa menghasilkan tingkat penjualan maksimal. Kesimpulan pengaruhnya *Salesmanship*, *Sales Promotion* dan *Advertising* terhadap peningkatan penjualan produk ke masyarakat.

Kata Kunci : *Salesmanship*, *Sales Promotion*, *Advertising* dan Peningkatan Penjualan