

## RINGKASAN

Promosi adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam upaya mengenalkan produk yang dihasilkan kepada masyarakat dengan tujuan menciptakan transaksi jual-beli atas produk tersebut. Fungsi utama promosi adalah sebagai alat berkomunikasi sekaligus mempengaruhi konsumen agar melakukan pembelian atau menggunakan produk yang dipromosikan, yang dilakukan dengan menggunakan satu atau beberapa alat promosi yang disebut bauran promosi (*Promotionil mix*). Dengan demikian, betapapun menariknya dan atau besar efektif maka produk tersebut tidak akan dikenal dan tidak dibeli oleh konsumen. Laporan tugas akhir ini bertujuan pada PT. Jakarta Realty yang berada di jalan K.H. Mas Mansyur, Kb. Melati, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10230. Evaluasi strategi pemasaran didukung juga dari hasil wawancara kepada salah satu bagian promosi akan adanya evaluasi strategi promosi.

Kata kunci: Promosi, strategi pemasaran, penjualan

