

## ABSTRAK

**Slamet Riyadi (212530), “Analisis Daya Tarik Konsumen Melalui Media Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Foto Copy *Creative Printing* Kudus”, Skripsi, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Ekonomi Syariah STAIN Kudus, 2017.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis daya tarik konsumen melalui media promosi dalam meningkatkan volume penjualan di Foto Copy *Creative Printing* Kudus. Selain itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana peningkatan volume penjualan di Foto Copy *Creative Printing* Kudus. Penelitian ini merupakan penelitian *field research* (penelitian lapangan) yang disajikan secara deskriptif kualitatif, yaitu menguraikan sifat atau karakteristik dari suatu fenomena tertentu. Metode Kualitatif sering digunakan untuk menghasilkan *grounded theory*, yakni teori yang timbul dari data bukan dari *hipotesis-hipotesis* seperti dalam metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, perencanaan media promosi di Foto Copy *Creative Printing* Kudus dilaksanakan dengan penuh seksama. Selain itu Foto Copy *Creative Printing* juga melakukan promosi lewat banner, selebaran kertas dengan harga terjangkau dan hasil berkualitas. Kedua, tahapan model promosi yang ada di Foto Copy *Creative Printing* Kudus ada dua, yaitu: periklanan dan publisitas, yaitu media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada konsumen dalam satu waktu tertentu dan penjualan Pribadi yaitu terjadi interaksi langsung, saling bertemu. Ketiga, Faktor daya tarik konsumen maksudnya adalah sesuatu yang menjadikan konsumen tertarik dengan produk yang dimiliki oleh Foto Copy *Creative Printing* Kudus.

Kata Kunci: Daya Tarik Konsumen, Media Promosi dan Volume Penjualan