

ABSTRAK

M. Iqbal Kholiq (1420310057), “Analisis strategi media promosi dalam meningkatkan minat konsumen di Creative Printing”, Skripsi, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus, 2018.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi media promosi dalam meningkatkan minat konsumen di *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 *Creative Printing* Kudus dilaksanakan dengan penuh seksama. Selain *Creative Printing* juga melakukan promosi lewat banner, selebaran kertas dengan harga terjangkau dan hasil berkualitas. Kedua, tahapan model promosi yang ada di *Creative Printing* Kudus ada dua, yaitu: media online dan media luar ruang, yaitu media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada konsumen dalam satu waktu tertentu dan penjualan Pribadi yaitu terjadi interaksi langsung, saling bertemu. Ketiga, Faktor minat konsumen maksudnya adalah sesuatu yang menjadikan konsumen berminat dengan produk yang dimiliki oleh *Creative Printing* Kudus.

Kata Kunci: Strategi media promosi dalam meningkatkan minat konsumen