**RINGKASAN**

**Penelitian Ini Berjudul “Strategi Promosi Pospay Untuk Meningkatkan Minat Konsumen PT.Pos Indonesia(Persero) Dikota Bandung“ dengan Sub Judul Studi Deskriptif Analisis Mengenai Strategi Promosi Pospay Untuk Meningkatkan Minat Konsumen PT.Pos Indonesia(Persero) Dikota Bandung.**

**Tujuan diadakannya penelitian adalah untuk mengetahui sejauh mana Peranan Markom PT.Pos Indonesia dapat meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan layanan pospay, selain itu juga untuk mengetahui hambatan-hambatan apa saja dalam melakukan strategi promosi tersebut.**

**Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif analisis. Teknik pengumpulan datanya adalah Studi kepustakaan, observasi, wawancara dan penyebaran angket yang dibagikan kepada 100 responden.**

**Berdasarkan penelitian maka diperoleh hasil bahwa Markom PT.Pos Indonesia sudah berhasil dalam melaksanakan strategi promosi pospay, sehingga dapat meningkatkan minat konsumen PT.Pos Indonesia(persero) Dikota Bandung.**

**Hal-hal yang ingin peneliti rekomendasikan adalah PT.Pos Indonesia bisa berinovasi dalam menciptakan hal-hal yang baru. Pembuatan informasi, iklan, dan promosi lebih ditingkatkan lagi. Sehingga konsumen menjadi tahu mengenai layanan pospay.**