**ABSTRAK**

 **Penelitian ini berjudul “Strategi Promosi Rokok A *Mild* Dalam Meningkatkan Minat Konsumen PT. HM Sampoerna Tbk Bandung”. Tujuan dilaksanakan penelitian ini, adalah untuk mendeskripsikan, menganalisa data dan mendapatkan informasi tentang Strategi Promosi Rokok A *Mild* Dalam Meningkatkan Minat Konsumen PT. HM Sampoerna Tbk Bandung, serta untuk menambah dan memperdalam pengetahuan peneliti baik secara teori maupun aplikasinya. Mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi PT. HM Sampoerna Tbk dalam melakukan promosi dan untuk mengetahui mengenai usaha-usaha yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut.**

 **Metode penelitian yang digunakan adalah metode persuasi dengan analisis data deskriptif, yaitu metode penelitian yang menggambarkan kondisi secara terperinci mengenai kejadian atau peristiwa berdasarkan fakta dan data yang terjadi pada saat melakukan penelitian. Teknik pengumpulan datanya adalah studi kepustakaan, observasi, wawancara dan penyebaran angket kepada responden. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sample* yaitu cara menarik anggota sampel dengan pertimbangan tertentu yakni sumber data dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan, dengan jumlah sample 100 orang.**

 **Berdasarkan hasil penelitian maka yang diperoleh bahwa kegiatan promosi mempunyai fungsi yang sangat penting, tentunya dalam meningkatkan minat konsumen PT. HM Sampoerna Tbk Bandung masi kurang optimal.**

 **Hal-hal yang ingin peneliti rekomendasikan sebagai bahan masukan bagi PT. HM Sampoerna Tbk Bandung yaitu, dapat mempersiapkan kegiatan promosi dengan baik lagi, baik dari segi isi pesan yang disampaikan harus jelas, penyebaran informasi yang merata dan berupaya pada pengembangan sumber Daya Manusia yang profesional guna mendukung keberhasilan perusahaan.**