

ABSTRAK

Penelitian dengan judul “Analisis *Marketing Mix* Untuk Meningkatkan Daya Saing Terhadap Kompetitor Dignity” ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing mix* bagaimana yang tepat untuk meningkatkan daya saing terhadap kompetitor. Informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak empat orang, yaitu seorang ahli pemasaran, seorang mentor *project* Dignity, seorang konsumen Dignity, dan seorang konsumen kompetitor. Teknik pengambilan menggunakan *snowball sampling*. Prosedur pengumpulan data menggunakan wawancara.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: 1) produk, 2) harga, 3) tempat, 4) promosi, dan 5) daya saing. Alat yang digunakan untuk menganalisis data adalah menggunakan *three levels of product*, *break-even analysis*, ukuran tingkat toko, *share of voice*, *GRP*, dan *share of spending*. Hasil dari penelitian ini adalah variable-variabel dalam *marketing mix* perlu dikembangkan, terutama pada segi *online* agar dapat lebih meningkatkan daya saing.

Kata kunci : *marketing mix*, daya saing, produk, harga, tempat, promosi

