

ABSTRAK

Sefiana Desinta. 2024 "Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Pada Toko Rini *Fashion* Di Lampung Tengah". Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Ratmono, S.E., M.M. Pembimbing (II) Fitriani, S.E.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan terhadap faktor internal dan eksternal pada Toko Rini *Fashion*. Untuk menjabarkan strategi pemasaran yang cocok sebagai pengembangan usaha pada Toko Rini *Fashion*. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Rini *Fashion* dalam menghadapi persaingan. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan sampel sebanyak 5 orang. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi langsung dan dokumentasi. Analisis data menggunakan Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, dan Matriks SWOT. Hasil penelitian Matriks IFE diperoleh 3,754 dan Matriks EFE 2,964 kemudian dilanjutkan dengan Matriks IE dengan hasil penelitian Toko Rini *Fashion* berada pada kuadran IV yaitu berada pada posisi tumbuh dan bangun (*Growth and Build*). Hasil penelitian menggunakan Matriks SWOT didapatkan 11 strategi alternatif dan dari diagram cartesius analisis SWOT titik berada pada sumbu X,Y (1,06 ; 3,418) berada pada kuadran I yang berarti bahwa strategi yang digunakan adalah strategi *Strength - Opportunities* (S-O) yang juga disebut strategi agresif. Implementasi dari strategi ini adalah:memperluas pangsa pasar, memaksimalkan modal yang dimiliki untuk merancang strategi dan menghadirkan jenis produk baru, memperkuat promosi dengan menampilkan keunggulan merek berkualitas dan harga yang terjangkau.

Kata Kunci : Strategi pemasaran, IFE, EFE, IE, SWOT