

## ABSTRAK

Resti Sugiartini, NIM B04210018, 2014, Strategi Diferensiasi Produk Zoya Di Royal Plaza Lantai 2 UG E1-21/E1-E2. Skripsi ini program studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Kata Kunci : *Diferensiasi, Daya saing dan Produk.*

Persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu strategi diferensiasi produk Zoya yang berada di Di Royal Plaza Lantai 2 UG E1-21/E1-E2. Dari rumusan masalah tersebut dapat dihubungkan dengan bagaimana strategi diferensiasi produk Zoya Di Royal Plaza Lantai 2 UG E1-21/E1-E2 dalam meningkatkan daya saing. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi diferensiasi produk Zoya Di Royal Plaza Lantai 2 UG E1-21/E1-E2 dalam meningkatkan daya saing.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Sesuai dengan permasalahan tersebut maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara secara mendalam. Selain itu, untuk menegaskan keabsahan data dilakukan melalui ketekunan dan triangulasi data. Triangulasi data yang digunakan oleh peneliti adalah triangulasi sumber (informan), dengan *me-rechek* ulang pada informan. Setelah data terkumpul kemudian dianalisis secara induktif yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh.

Dari penelitian ini ditemukan bahwa: dari fakta yang didapatkan, peneliti menemukan adanya diferensiasi produk yang dilakukan Zoya Di Royal Plaza Lantai 2 UG E1-21/E1-E2 dalam meningkatkan daya saing yaitu dengan kualitas yang bagus, desain menarik, gaya trend masa kini, dan harganya juga sebanding dengan kualitas yang dimiliki. Hal itu ditunjang oleh informasi-informasi yang telah disampaikan oleh beberapa informan. Hasil dalam penelitian ini adalah strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan daya saing . dimana diferensiasi dibedakan melalui kualitas, desain, harga dan gaya yang dimiliki Zoya Di Royal Plaza Lantai 2 UG E1-21/E1-E2.