

ABSTRAK

Perkembangan yang terjadi pada sektor bisnis mendorong perusahaan untuk terus menciptakan inovasi baru sebagai keunggulan bisnis yang dimiliki agar mampu bertahan ditengah persaingan. Untuk menciptakan keunggulan kompetitif, maka organisasi perlu merancang strategi salah satunya melalui bauran pemasaran yang dinilai sebagai alat taktis dalam mengukur target pasar sasaran suatu yang diharapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh dari Bauran Pemasaran yang menjadi Keunggulan Kompetitif yang dimiliki perusahaan minuman dan es krim Mixue di Kota Bandung. Aspek - aspek yang diteliti dalam penelitian ini diantaranya meliputi produk, harga, tempat, serta promosi yang dilakukan.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif dan kuantitatif serta pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Sampel penelitian berjumlah sebanyak 100 responden dan teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi berganda yang diolah dengan menggunakan *Statistic Product and Service Solution* (SPSS).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga jual produk Mixue dimata pelanggan, tempat yang dimaksud yaitu banyaknya gerai yang dimiliki Mixue di Kota Bandung, dan promosi produk yang diberikan Mixue terhadap pelanggan secara cuma - cuma menjadi variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan kompetitif perusahaan minuman dan es krim Mixue di Kota Bandung. Sedangkan produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif perusahaan minuman dan es krim Mixue di Kota Bandung. Temuan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan minuman dan es krim Mixue di Kota Bandung memiliki keunggulan kompetitif dari segi harga yang ditetapkan, tempat atau gerai yang banyak, serta promosi produk yang diberikan.

Saran dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi bagi para pelaku bisnis dibidang makanan dan minuman khususnya perusahaan Mixue dalam merancang dan mengembangkan strategi melalui keunggulan kompetitif dari produk atau layanan yang ditawarkan. Sehingga dengan menciptakan keunggulan kompetitif, perusahaan dapat menjadi pemimpin pasar dalam memenangkan persaingan.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, produk, harga, tempat, promosi, keunggulan kompetitif*