

ABSTRAK

Andi Sri Andini, 2024. “*Analisis Strategi Diferensiasi dan Corporate Image Dalam Pemasaran Upaya Menempatkan Competitive Advantage (Studi pada The Icon Cafe Kota Palopo)*” Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Di bimbing oleh Mursyid, S.Pd., M.M.

Skripsi ini membahas tentang bagaimana penerapan strategi diferensiasi dan *corporate image* dalam pemasaran upaya menempatkan *competitive advantage* di The icon cafe Kota Palopo. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan strategi diferensiasi dalam menempatkan citra perusahaan pada *The Icon Cafe* Kota Palopo, bagaimana membangun citra perusahaan dalam menempatkan keunggulan bersaing *The Icon Cafe* Kota Palopo, apa saja faktor pendorong dan penghambat strategi diferensiasi dan citra perusahaan dalam menempatkan keunggulan bersaing di *The Icon Cafe* Kota Palopo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi diferensiasi dalam menempatkan keunggulan yang kompetitif adalah dengan menerapkan 3 strategi diferensiasi yaitu diferensiasi produk, diferensiasi citra dan diferensiasi pelayanan, ketiga strategi diferensiasi tersebut yang diterapkan *The Icon Cafe and Resto* menjadikan *The Icon* unggul dalam berkompetitif dengan keunikan, karakteristik atau ciri khas di bandingkan dengan produk-produk pesaing, membangun citra perusahaan dalam menempatkan keunggulan kompetitif adalah dengan membangun citranya sebagai kafe yang selalu menyajikan kualitas berbagai bentuk sajian minuman makanan yang baik dengan harga yang terjangkau dan sebanding, faktor pendukung strategi diferensiasi produk dan citra perusahaan dalam menempatkan keunggulan yang kompetitif pada *The icon cafe and resto* yaitu inovasi menu dan kualitas rasa dan pelayanan terus menerus meningkat agar mengatasi kebosanan atau kejenuhan pelanggan, sedangkan faktor penghambatnya adalah persaingan semakin ketat dengan banyaknya bisnis bermunculan yang sejenis .

Kata Kunci : *Strategi Diferensiasi, Corporate Image, Competitive Advantage*