

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empiris pengaruh strategi promosi, strategi penetapan harga dan nilai religiusitas serta hambatan 212 mart terhadap persaingan dengan indomaret. Metode penelitian ini menggunakan metode *Mixed Method* dengan sampel 95 orang dan 4 narasumber, dengan menggunakan rumus Moe dimana populasi terlalu besar dan tidak diketahui jumlah pastinya. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, kuesioner/angket, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan Uji statistik deskripsif, Uji asumsi klasik, Uji hipotesis, Reduksi data, Penyajian data, Penarikan kesimpulan dan penarikan data. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa hasil pengujian, diketahui Strategi Promosi 212Mart berpengaruh positif dan signifikan terhadap persaingan dengan Indomaret, berikut hasil olah data dengan program SPSS *versi 25,0* yang memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $(4,433 > 1,662)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Strategi Penetapan Harga 212 Mart tidak berpengaruh positif dan tidak mengalami signifikansi terhadap persaingan dengan Indomaret, hasil olah data dengan program SPSS *versi 25,0* yang memperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $(1,037 < 1,662)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,303 > 0,05$. Nilai Religiusitas 212 Mart berpengaruh positif dan signifikan terhadap persaingan dengan Indomaret, hasil olah data dengan program SPSS *versi 25,0* yang memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $(3,350 > 1,662)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Faktor hambatan 212 Mart dalam menghadapi persaingan dengan Indomaret peneliti menemukan faktor yang menjadikan konsumen kurang berbenja di 212 Mart variasi produk yang sedikit, kurangnya gerai disuatu daerah, kurang luasnya promosi yang dilakukan oleh manajemen untuk menarik minat konsumen. Saran dari penulis untuk 212 Mart upaya untuk meningkatkan strategi dalam menjalankan kelangsungan perusahaan supaya menjadi lebih baik,

Kata Kunci : *Promosi, Harga, Nilai Religiusitas, Hambatan, 212 Mart dan Indomaret.*