

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP STRATEGI KEUNGGULAN  
BERSAING YANG DIMEDIASI OLEH KINERJA USAHA YANG  
BERDASARKAN PERSEPSI PELANGGAN**

**FAUZAN AKMAL**  
**NIM. 141180116**

**Mahasiswa Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Yogyakarta**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh promosi terhadap strategi keunggulan bersaing serta menguji mediasi kinerja usaha pada pengaruh promosi terhadap strategi keunggulan bersaing di WS Swalayan Daerah Istimewa Yogyakarta. Fenomena yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan dan pendapatan rata-rata WS Swalayan yang mengalami penurunan pada tahun 2021-2022. Metode pengolahan data dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti untuk jumlahnya. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling* dan rumus Green untuk menentukan batas minimal sampel penelitian. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan *structural equation modeling (SEM)* yang menggunakan *SmartPLS*. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi keunggulan bersaing serta kinerja usaha memediasi secara positif dan signifikan pengaruh promosi terhadap strategi keunggulan bersaing di WS Swalayan Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu Manajemen Strategik khususnya pada penelitian tentang strategi keunggulan bersaing.

**Kata Kunci: Promosi, Kinerja Usaha, Strategi Keunggulan Bersaing, Retail**