

ABSTRACT

Purpose – tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana PT.Darya-Varia Labortoria,Tbk menjalankan *extending product life cycle strategies* terhadap produknya yaitu *Enervon-C*, lalu menambah dan mengembangkan pasar *Enervon-C*.

Design/Methodology - Penelitian ini merupakan penelitian *qualitative* dengan menggunakan *case research*. Pengambilan data dengan *data field* dan *desk research*.

Findings - Penelitian ini menemukan bahwa PT.Darya-Varia Labortoria,Tbk menjalankan strategi untuk memperpanjang umur *Enervon-C* yaitu dengan penambahan varian, perubahan kemasan, harga, penambahan jalur distribusi, *brand ambassador* serta *integrated marketing communications*.

Research Limitation - Penelitian ini hanya *focus* pada pembahasan mengenai bagaimana PT.Darya-Varia Labortoria,Tbk menjalankan *extending life cycle strategies* terhadap *Enervon-C* yang meliputi *product*, *price*, *distribution*, *brand ambassador*, dan *integrated marketing communications*.

Practical implication – Untuk memperpanjang *product life cycle* perusahaan bisa menggunakan penambahan varian, perubahan desain kemasan, harga, distribusi, *brand ambassador* dan *integrated marketing communications*.

Originality/Value - Mempelajari bagaimana memahami dan menjalankan strategi *product life cycle* berdasarkan karakteristik dan tahap dimana produk itu sedang berada.

Keywords - *Product life cycle*, *Enervon-C*, *Multivitamin*, *PT.Darya-Varia Labortoria,Tbk*.

Paper Type – *Case Study*.