

**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING  
PADA AIR CONDITIONER MEREK PANASONIC  
(Toko Mitra Elektronik Gorontalo)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Persyaratan Untuk Menyelesaikan Studi (SI) Guna Mencapai  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Negeri Gorontalo**

**Oleh**

**LAUDIN SAFIJI**

**NIM: 931 411 213**



**UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JURUSAN MANAJEMEN  
PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN  
2017**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menempuh ujian akhir di Universitas Negeri Gorontalo, Merupakan hasil karya sendiri.

Adapun bagian tertentu dalam penelitian yang saya kutip dari hasil karya orang lain, telah dituliskan sumbernya dengan jelas sesuai dengan norma kaidah etika penelitian ilmiah dan buku pedoman penelitian karya ilmiah Universitas Negeri Gorontalo.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dalam bagian-bagian skripsi tertentu ini bukan hasil karya sendiri, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan Gelar Akademik yang saya sandang dan sanksi lainnya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk menjadi bahan pegangan Universitas alumni (UNG).

Gorontalo, 9 Juni 2017  
Yang menyatakan



**Laudin Safiji**  
**NIM: 931411213**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING  
PADA AIR CONDITIONER MEREK PANASONIC  
( TOKO MITRA ELEKTRONOK GORONTALO )**


Oleh


**LAUDIN SAFIJI  
NIM. 931 411 213**

Telah Diperiksa dan Disetujui


**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**Hais Dama, SE, M.Si**  
NIP. 19730305 200212 1 003

  
**Idris Yanto Niode, S.Pd, MM**  
NIP. 197810262005011001

**Mengetahui  
Ketua Jurusan Manajemen**

  
**Hais Dama, SE., M.Si**  
NIP. 19730305 200212 1 003

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
**PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING**  
**PADA AIR CONDITIONER MEREK PANASONIC**  
**( TOKO MITRA ELEKTRONIK GORONTALO )**

Oleh





**LAUDIN SAFIJI**  
**NIM. 931 411 213**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Rabu, 2, Agustus, 2017

Waktu : 13.00 WITA

Penguji:

- |   |         |  |
|---|---------|--|
| 1. Hais Dama, SE, M.Si<br>NIP. 198411262010121004             | 1 ..... |    |
| 2. Idris Yanto Niode, S.Pd, MM<br>NIP. 197810262005011001     | 2.....  |   |
| 3. Dr. Yanti Aneta, S.Pd., M.Si<br>NIP. 19780704 200501 2 003 | 3 ..... |  |
| 4. Andi Juanna, S.Pd.,M.Sc<br>NIP. 198411262010121004         | 4 ..... |  |

Gorontalo, Agustus 2017

Dekan Fakultas Ekonomi



**Imran Rosman Hambali S.Pd.,SE,MSA**  
**NIP.197008 23199903 1 005**

## ABSTRAK

Laudin Safiji. 931 411 2013. Pengaruh Brand Image Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Air Conditioner Merek Panasonic. Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Bapak Hais Dama, SE, M.Si dan Bapak Idris Yanto Niode, S.Pd, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh brand image terhadap keunggulan bersaing produk air conditioner merek panasonic dengan cara menyebar kuesioner kepada responden yang telah memenuhi standar sampel yang telah ditentukan sehingga data dalam penelitian ini merupakan data primer. Pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, kuisisioner dan dokumentasi. Kemudian analisis data menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS 21.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Brand Image terhadap Keunggulan bersaing produk Air Conditioner (AC) Merk Panasonic di Toko Mitra Elektronik Kota Gorontalo dan pengaruhnya bersifat positif. Semakin baik Brand Image maka produk Air Conditioner (AC) Merk Panasonic akan semakin unggul dalam persaingan dengan kompetitor. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 87,9% Keunggulan bersaing produk Air Conditioner (AC) Merk Panasonic dipengaruhi oleh persepsi konsumen atas merk dari produk tersebut atau dengan kata lain Brand image mampu menjelaskan keunggulan bersaing dari produk AC mek panasonic

Kata Kunci: Brand Image, Keunggulan Bersaing

## ABSTRACT

Laudjin Safiji. Student ID. 931 411 2013. The Influence of Brand Image on Competitive Advantage in Panasonic Brand of Air Conditioner. Skripsi, Bachelor Study Program of Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. Principal Supervisor is Hais Dama, SE., M. Si and Co-supervisor is Idris Yanto Niode, S. Pd., MM.

This study aims at analysing and finding out the extent of brand image influence on competitive advantage of Panasonic brand air conditioner by distributing questionnaire to respondents who have met the standard of samples. Hence, the data in this research are primary data. Data are collected through observation, questionnaire, and documentation. The data are analysed using simple linier regression processed using the SPSS 21 software program.

The research reveals that there is a significant influence of brand image on the competitive advantage of Panasonic Brand air conditioner in Mitra Electronic Store in Gorontalo City and the influence is positive. The better the brand image of the Panasonic air conditioner product, the more competitive that product compared to its competitors. The determinant coefficient value shows that 87.9% of the competitive advantage of Panasonic brand air conditioner is influenced by consumers' perception of that product. In other words, brand image is able to describe the competitive advantage of Panasonic air conditioner.

Keywords: Brand Image, Competitive Advantage

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu maka Allah akan memudahkan kepadanya jalan menuju ke surga (H. R. Muslim)*

**“Cukup Allah sebagai penolong kami dan Dialah sebaik-baik pelindung”**

**(Qs. Ali Imran:173)**

*Karya ini ku persembahkan kepada:*

Kedua orang tuaku tercinta (Ladimu dan Wakini) yang telah mendidik, mengasuh, mendoakan, serta memberikan cinta kasih sayang yang tiada henti, Kakakku Darlini yang selalu memberikan semangat dan memberikan dukungan serta mendoakan untuk kesuksesanku.

*“ Sahabat adalah dia yang tahu kekuranganmu, tetapi menunjukkan kelebihanmu. Dia yang tahu ketakutanmu tetapi menunjukkan keberanianmu ”*

Terima kasih untuk Pembimbing II (dua) saya Pak **Idris Yanto Niode, S.Pd, MM** yang telah memberikan semangat dan selalu membantu dalam menyelesaikan skripsi

*“.. dialah yang bisa mengisi kekuranganmu, bukan kekosonganmu”*

*-Khalil Gibran-*

Terima kasih untuk semua orang yang senantiasa mendedikasikan waktunya, memberikan memotivasi, semangat, dukungan, nasehat, dan mendoakan hingga skripsi ini dapat terselesaikan

ALMAMATER TERCINTA  
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO

2017

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh . . .*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya kepada peneliti, serta memberikan petunjuk dan kemudahan bagi peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa kita kirimkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari masih memiliki kekurangan sehingga hanya dengan kehendak Allah SWT sepenuhnya peneliti telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, untuk itu peneliti menghaturkan puji Syukur yang tak terhingga kepada Maha Besar Illahi serta menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada berbagai pihak yang telah membantu baik berupa materil maupun spiritual dalam penyelesaian skripsi ini.

Untuk itu dengan segala kerendahan hati, peneliti ucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Orang tua tercinta (Ladimu dan Wakini) yang telah bekerja keras memberikan dukungan, doa serta nasehat dalam menyelesaikan studi,
2. Bapak Prof. Dr. H. Syamsu Qamar Badu, M.Pd selaku Rektor Universitas Negeri Gorontalo,



3. Bapak Prof. Dr. Ir. Mahludin H. Baruwadi, M.P selaku Wakil Rektor I Universitas Negeri Gorontalo,
4. Bapak Supardi Nani, SE, M.Si selaku Wakil Rektor II Universitas Negeri Gorontalo,
5. Bapak Dr. Fence Wantu, SH, MH selaku Wakil Rektor III Universitas Negeri Gorontalo,
6. Bapak Prof. Dr. Hasanuddin Fatsah, M.Hum selaku Wakil Rektor IV Universitas Negeri Gorontalo,
7. Bapak Imran Rosman Hambali, S.Pd, SE, MSA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo,
8. Bapak Prof. Dr. Syarwani Canon, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo,
9. Bapak Sahmin Noholo, SE, MM selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo,
10. Bapak Laode Rasuli, S,Pd.,SE., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo,
11. Bapak Hais Dama SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo
12. Ibu Dr. Yanti Aneta, S.Pd., M.Si selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo, selaku Penguji 1,
13. Bapak Rizan Machmud, S.Kom., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo,
14. Bapak Hais Dama SE., M.Si selaku pembimbing 1 yang telah membimbing, memberikan saran, serta memberikan dorongan selama penyusunan skripsi,

15. Bapak Andi Juana S.Pd.,M.Sc selaku penguji 2 yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan perbaikan serta dorongan terhadap penyelesaian skripsi ini,
16. Bapak Idris Yanto Niode, S.Pd, MM selaku Pembimbing 2 yang telah membimbing, memberikan saran, serta memberikan dorongan selama penyusunan skripsi,
17. Seluruh Dosen Pengajar yang telah memberikan bekal ilmu yang tak ternilai harganya dan telah membantu kelancaran studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo,
18. Kakak terbaik Darlini yang telah memberikan dorongan dan motivasi dalam penyelesaian studi ini,
19. Seluruh keluargaku yang senantiasa memberikan dukungan serta mendoakanku,
20. Teman-temanku seangkatan tahun 2011,
21. Teman-teman yang memberikan semangat pada peneliti. Sukri Hasan.

Peneliti menyadari dan yakin bahwa hasil penelitian yang telah dituangkan dalam Skripsi ini tidak lepas dari kekeliruan, oleh karena itu dengan kerendahan hati peneliti menerima kritikan dan petunjuk yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya, kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan penyusunan Skripsi ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih, dan semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat-Nya kepada kita semua. Amin

Gorontalo, 31 Juli 2017

Peneliti

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Rumusan masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II: KAJIAN TEORI</b> .....	10
2.1 Konsep Brand Image (Citra Merek).....	10
2.1.1 Merek (Brand).....	10
2.1.2 Citra Merek (Brand Image) .....	14

2.1.3 Manfaat Brand Image .....	23
2.2 Keunggulan Bersaing .....	25
2.2.1 Pengertian Keunggulan Bersaing .....	25
2.2.2 Dimensi-Dimensi Dalam Keunggulan Bersaing/ Kompetitif ..	28
2.3 Hubungan Brand Image Dan Keunggulan Bersaing (Compotitive Advantage)	36
2.4 Penelitian Yang Relevan .....	37
3.5 Kerangka Berfikir .....	40
3.6 Hipotesis .....	41
<b>BAB III: METODE PENELITIAN`</b> .....	42
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	42
3.1.1 Tempat Penelitian.....	42
3.1.2 WaktuPenelitian.....	42
3.2 Jenis Dan Metode Penelitian.....	42
3.3 Defisi Oprasional Variabe .....	43
3.4 Sumber Data.....	45
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	46
3.6 Skala Dan Pengukuran .....	46
3.7 Populasi Dan Sampel.....	47
3.7.1 Populasi.....	47
3.7.2 Sampel .....	47
3.8 Prosedur Pengujian Instrumen Penelitian .....	49
3.8.1 Uji Validitas.....	49

3.8.2 Uji Reliabilitas .....	50
3.9 Uji Normalitas Data .....	51
3.10 Analisis Regresi Sederhana .....	51
3.11 Uji Statistik .....	52
3.11.1 Uji t .....	52
3.11.2 Uji F .....	53
3.12 Koefisiensi Determinasi.....	54

#### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	55
4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian Dan Responden Hasil Penelitian..	55
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..	56
4.1.2 Pengujian Kualitas Instrumen .....	57
4.1.2.1 Hasil Uji Validitas.....	57
4.1.2.2 Hasil Uji Realibilitas .....	59
4.1.3 Analisi Jawaban Responden.....	59
4.1.3.1 Variabel Brand Image .....	60
4.1.3.2 Variabel Keunggulan Bersaing Produk Air Conditioner (AC) Merek Panasonic.....	61
4.1.4 Transformasi Data Dengan Method of Successive Interval..	63
4.1.5 Pengujian Prasyarat Analisis .....	63
4.1.5.1 Hasil Pengujian Normalitas Data .....	63
4.1.5.2 Uji Linearitas.....	66

4.1.6 Analisis Regresi .....	67
4.1.6.1 Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	67
4.1.6.2 Pengujian Hipotesis.....	68
4.1.7 Interpretasi Koefisien Determinasi .....	70
4.2 Pembahasan.....	72
<b>BAB V: PENUTUP .....</b>	<b>79</b>
4.2 Simpulan.....	79
4.3 Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>114</b>

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	40
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	41
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	57
Gambar 4.3 Hasil Penilaian Responden Tentang Brand Image .....	61
Gambar 4.4 Hasil Penilaian Responden Tentang Keunggulan Bersaing Air Conditioner (AC) Merek Panasonic .....	62

Gambar 4.5 Grafik Hasil Pengujian Normal Probability Plot .....	66
---	----

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1 Data Hasil Penjualan Air Conditioner Alowa+ Panasonic Toko Mitra .....	4
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image .....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing Prodduk Air Coditioner (AC) Merek Panasonic .....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas.....	59
Tabel 4.12 Hasil Penilaian Responden Tentang Variabel Penelitian ..	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas .....	65
Tabel 4.14 Pengujian Lienaritas .....	67
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi .....	68

Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis .....	70
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi .....	72

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Kuisisioner .....	113
Lampiran 2. Uji Kualitas Instrumen (Validitas Dan Reliabilitas) .....	116
Lampiran 3. Jawaban Responden.....	120
Lampiran 4. Hasil Analisis Jawaban Responden.....	124
Lampiran 5. MSI Summary .....	125
Lampiran 6. Data Setelah Konversi MSI .....	127
Lampiran 7. Pengujian Prasyarat Analisis.....	131
Lampiran 8. Analisis Regresi .....	133