

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi menciptakan keunggulan bersaing melalui kualitas produk dan *advertising* dengan *brand image* sebagai variable intervening pada produk shampo clear (*studi kasus pada mall terbesar kota semarang*). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada mall besar kota semarang. Teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*. Adapun sampel yang diambil adalah sebanyak 100 responden dengan instrument penelitian berupa kuesioner. Program untuk menganalisis data menggunakan SPSS 22.0. Alat analisis yang digunakan adalah Sobel Tes. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : kualitas produk dan *advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*. Kualitas produk, *advertising*, dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. *Brand image* mampu menjadi variabel intervening antara kualitas produk terhadap keunggulan bersaing dan *advertising* terhadap keunggulan bersaing.

Kata kunci: Kualitas Produk, *Advertising*, *Brand Image*, dan Keunggulan Bersaing.

ABSTRACT

This study aims to analyze the strategy of creating competitive advantage through product quality and advertising with a brand image as a variable intervening in clear shampo products (case study in the largest mall in Semarang) ". The population in this study were consumers at the large mall in Semarang. The sampling technique using purposive sampling method. The samples taken were 100 respondents with the research instrument in the form of a questionnaire. Program for analyzing data using SPSS 22.0. The analytical tool used is Sobel Test. The results of this study indicate that: product quality and advertising have a positive and significant effect on the brand image. Product quality, advertising, and brand image have a positive and significant effect on competitive advantage. Brand image can be an intervening variable between product quality and competitive advantage and advertising against competitive advantage.

Keywords: Product Quality, Advertising, Brand Image, and Competitive Advantage