

Analysis of the Competitive Advantage of Products Hand Sanitizer Antis a Pandemic Period

By Arum Nurfajriani

Abstract

During the Covid-19 pandemic, people are required to maintain health protocols. Health and hygiene tools are needed, one of which is hand sanitizer. So that the demand for hand sanitizers has increased and there are many brands of hand sanitizers circulating at varying prices. This study is a quantitative study designed to prove and analyze the effect of product innovation, price and brand image on the competitive advantage of products hand sanitizer Antis. The population in this study were people who bought or were using hand sanitizer Antis in the West Bogor sub-district, Bogor City. The sample size used is 96 respondents, and non-probability sampling method is used with purposive sampling type. Data collection was done by distributing questionnaires via google form. The data analysis technique used is the Partial Least Squares (PLS) method. The results of this study indicate that the product innovation variable has a contribution of 0.214 with a significant value of 0.006, then the price variable has a contribution of 0.246 with a significant value of 0.014 and the brand image variable has a contribution of 0.484 with a significant value of 0.000 to competitive advantage. So competitive advantage is influenced by product innovation, price and brand image variables of 70.9%. This shows that product innovation, price and brand image have a positive and significant impact on competitive advantage.

Keywords: *product innovation; price; brand image; competitive advantage*

Analisis Keunggulan Bersaing Produk *Hand Sanitizer* Antis di Masa Pandemi

Oleh Arum Nurfajriani

Abstrak

Di masa Pandemi Covid-19, masyarakat dituntut untuk menjaga protokol kesehatan. Alat kesehatan dan kebersihan sangat dibutuhkan, salah satunya produk kebersihan *hand sanitizer*. Sehingga permintaan *hand sanitizer* mengalami peningkatan dan banyak merek *hand sanitizer* yang beredar dengan harga yang bervariasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dirancang untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh inovasi produk, harga dan citra merek terhadap keunggulan bersaing produk *hand sanitizer* Antis. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membeli atau sedang menggunakan *hand sanitizer* Antis di kecamatan Bogor Barat Kota Bogor. Besar sampel yang digunakan adalah 96 responden dengan rumus lemeshow, dan digunakan metode non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel inovasi produk memiliki kontribusi sebesar 0,214 dengan nilai signifikan 0,006, kemudian pada variabel harga memiliki kontribusi sebesar 0,246 dengan nilai signifikan 0,014 dan variabel citra merek memiliki kontribusi sebesar 0,484 dengan nilai signifikan 0,000 terhadap keunggulan bersaing. Maka keunggulan bersaing dipengaruhi oleh variabel inovasi produk, harga dan citra merek sebesar 70,9%. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk, harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Kata Kunci : inovasi produk; harga; citra merek; keunggulan bersaing