

ABSTRAK

Perusahaan yang berhasil akan memanfaatkan kompetensi inti untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Daya saing strategis dan profitabilitas tinggi dicapai apabila tindakan strategis perusahaan selalu berfokus pada pelanggan sehingga dapat memberikan dampak yang besar pada kinerja perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam meraih daya saing strategis dan tingkat profitabilitas yang tinggi sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam merancang strategi diferensiasinya. Demikian juga UKM Adi Aquarium melakukan strategi diferensiasi dalam rangka memberikan kepuasan kepada konsumen dan mencapai keunggulan bersaing.

Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode regresi berganda dan berpengaruh secara parsial terhadap UKM Adi Aquarium, yang berlokasi di pasar Wonokriyo Blok D 21, Kecamatan Gombong, Kabupaten Kebumen, provinsi Jawa Tengah menunjukkan bahwa kepuasan Pelanggan dapat dipengaruhi oleh variabel diferensiasi tawaran Produk, diferensiasi Pelayanan dan diferensiasi citra. Hasil analisis dengan menggunakan taraf nyata 5% menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut, baik secara bersama-sama maupun secara parsial, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : kepuasan konsumen dan keunggulan bersaing, diferensiasi tawaran jasa, diferensiasi layanan atau penyerahan jasa, dan diferensiasi citra