

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan terkait diferensiasi pelayanan di Auto2000 Karawang. Permasalahan tersebut didasari dengan hasil pra survei yang menunjukkan bahwa diferensiasi pelayanan di Auto2000 Karawang terdiri dari kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan, pelatihan konsumen, dan pemeliharaan dan perbaikan belum sepenuhnya mendapatkan tanggapan baik dari responden. Selain itu, Auto2000 Karawang mengalami pencapaian yang kurang baik. Ketidak berhasilannya pencapaian target penjualan dalam pelayanan di Auto2000 Karawang juga menunjukkan bahwa dalam perusahaan terjadi suatu masalah yang mengidentifikasi kurangnya pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kurangnya pelayanan tersebut mengakibatkan tingkat kepuasan konsumen yang rendah. Oleh karena itu, strategi diferensiasi dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh keunikan dan nilai tambah dibanding pesaingnya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi pelayanan terdiri dari kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan, pelatihan konsumen, dan pemeliharaan dan perbaikan terhadap kepuasan konsumen Auto2000 Karawang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian adalah data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 400 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh diferensiasi pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel diferensiasi pelayanan dan kepuasan konsumen berada pada kategori baik. Hasil analisis regresi berganda menunjukan sub variabel kemudahan pemesanan, pengiriman, pelatihan konsumen, dan pemeliharaan dan perbaikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan koefisien determinasi menunjukan bahwa variabel diferensiasi pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 60,2% sedangkan sisanya 39,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: diferensiasi pelayanan, kepuasan konsumen, pelayanan Auto2000 Karawang