

## ABSTRAKSI

Kandatel Solo adalah unit bisnis yang mempunyai fungsi operasional dan bertanggung jawab sebagai Delivery Channel bagi segmen personal untuk seluruh produk TELKOM di wilayah operasionalnya. Area operasi Kandatel Solo meliputi 8 Kancatel dan 1 Multi Exchange Area (MEA) yang tersebar di 11 Kabupaten dan 1 Kota. Hasil survey pendahuluan menunjukkan pencapaian kinerja yang masih dibawah target yang ditetapkan. Oleh karenanya penelitian ini dilakukan untuk menjawab variabel-variabel yang berkaitan dengan terjadinya kinerja yang tidak memenuhi target.

Model yang dikembangkan dalam penelitian ini melibatkan empat variabel penelitian yaitu Customer Relationship Management (CRM), implementasi strategi diferensiasi, keunggulan kompetitif, dan kinerja pasar : kepuasan pelanggan. Data-data mengenai variabel yang diteliti diperoleh melalui wawancara kepada 100 pelanggan speedy di wilayah operasional Kandatel Solo yang tidak termasuk dalam kategori Corporate Line dengan menggunakan kuesioner. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM).

Hasil analisis dengan menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) menunjukkan bahwa model yang diuji merupakan model yang sesuai dengan populasi yang diestimasi. Sedangkan dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ketiga hipotesis yang diuji seluruhnya dapat diterima dan dibuktikan secara statistik, yaitu CRM terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif, implementasi strategi diferensiasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif, dan keunggulan kompetitif terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pasar (kepuasan pelanggan).

**Kata kunci** : *Customer Relationship Management (CRM), implementasi strategi diferensiasi, keunggulan kompetitif, kinerja pasar (kepuasan pelanggan)*