

## **ABSTRACT**

*Object of research is necessary in order to get maximum results. Object of this study is the relationship between the variable levels of customer satisfaction in the shop / retail electricity market Glodok in West Jakarta. Subjects were business customers who buy brand ABB miniature circuit breakers in electrical shops / retail electricity market Glodok in West Jakarta. As the population of business customers in stores Glodok market area is large enough, then the sample in this study were randomly selected as many as 100 people from the visitors who by chance met a number of researchers in the electrical shop in Glodok market.*

*Data analysis in this study carried out by using the Important Performance Analysis (IPA). IPA analysis stage in this study conducted in four phases, namely: calculate the total score of each respondent's answer or the question of indicators for each dimension of service, calculate the average value of the perceptions and expectations for each question is in the dimension of quality of service (rater), do the Important analysis (analysis of interest) using the means of performance with expectations and create a cartesian diagram.*

*Technical analysis of the data further using Gap Analysis in order to see the value of the gap (gap) between the perceived satisfaction with the expected satisfaction of each variable based on the average score of the perceived level of satisfaction is the company's performance and the average score of hope that is of interest.*

**Keywords:** *Performance, Expectations and customer satisfaction to every variable of the marketing mix.*

## ABSTRAK

Objek penelitian sangat perlu guna mendapatkan hasil yang maksimal. Objek dari penelitian ini adalah hubungan antar variabel tingkat kepuasan konsumen pada toko/retail listrik di pasar Glodok Jakarta Barat. Subyek penelitian adalah konsumen bisnis yang membeli miniature circuit breaker merek ABB di toko-toko listrik / retail listrik di pasar Glodok Jakarta Barat.

Karena populasi konsumen bisnis di toko-toko area pasar Glodok yang jumlahnya cukup besar, maka sample dalam penelitian ini dipilih secara random sebanyak 100 orang dari para pengunjung yang secara kebetulan ditemui peneliti pada sejumlah toko listrik di pasar Glodok.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *important Performance Analysis* (IPA). Tahapan analisis IPA dalam penelitian ini dilakukan dengan empat tahap yaitu; menghitung total skor jawaban responden dari setiap indikator atau pertanyaan atas setiap dimensi layanan, menghitung rata-rata nilai persepsi dan harapan untuk setiap pertanyaan yang ada dalam dimensi kualitas layanan (RATER), melakukan *important analysis* (analisis kepentingan) dengan menggunakan nilai means kinerja dengan harapan dan membuat diagram kartesius.

Teknis analisa data selanjutnya menggunakan Analisis Gap dengan tujuan untuk melihat nilai kesenjangan (gap) antara kepuasan yang dirasakan dengan kepuasan yang diharapkan dari tiap-tiap variable berdasarkan skor rata-rata tingkat persepsi kepuasan yang merupakan kinerja perusahaan dan skor rata-rata harapan yang merupakan kepentingan.

**Kata kunci:** Kinerja, Harapan dan Kepuasan pelanggan terhadap setiap variable bauran pemasaran.