



Tersedia online di
<http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>

 <http://dx.doi.org/10.30737/jimek.v3i1.682>

JIMEK

Analisis Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan Dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Sunter Sumber Sinergi Medan

Jeffry Juvin¹, Winnie Chaisar², Gita Monica br Ginting³, Tom Widodo Halim⁴, Jennifer Usman Erey⁵
Fakutas Ekonomi - Universitas Prima Indonesia Medan
email: muhammadagunggoro@unprimdn.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh kualitas pelayanan, promosi penjualan, dan personal selling terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sunter Sumber Sinergi. Pendekatan penelitian yang dipakai peneliti adalah pendekatan kuantitatif, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data perusahaan yaitu pelanggan (agent) yang telah bergabung dengan PT. Sunter Sumber Sinergi berjumlah 351 orang sebagai populasi dan sampel berjumlah 216 orang. Hasil Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan metode pengujian simultan (uji F) bahwa F hitung > F tabel ($61,649 > 2,26$) dan probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian parsial (uji t) bahwa t hitung > t tabel, menunjukkan kualitas pelayanan ($6,046 > 1,65309$) dengan signifikan $0,000 < 0,05$, promosi penjualan ($2,251 > 1,65309$) dengan signifikan $0,026 < 0,05$, personal selling ($5,411 > 1,65309$) dengan signifikan $0,000 < 0,05$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sunter Sumber Sinergi. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh hasil adjusted R Square sebesar 0,503 (50,3%) dari variasi variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, promosi penjualan dan personal selling, sedangkan sisanya sebesar 0,497 (49,7%) berasal dari variabel lain yang tidak diteliti. Kesimpulan penelitian ini adalah kualitas pelayanan, promosi penjualan dan personal selling, berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of service quality, sales promotion, and personal selling on customer satisfaction at PT Sunter Sumber Sinergi. The research approach used by researchers is a quantitative approach, in this study, researchers used company data, namely customers (agents) who had joined PT. Sunter Sumber Sinergi amounted to 351 people as a population and a sample of 216 people. Results Hypothesis testing is done by the method of simultaneous testing (F test) that F arithmetic > F table ($61,649 > 2.26$) and a significant probability of $0,000 < 0.05$. Partial test results (t test) that t arithmetic > t table, shows the quality of service ($6.046 > 1.65309$) with a significant $0,000 < 0.05$, sales promotion ($2.251 > 1.65309$) with a significant $0.026 < 0.05$, personal selling ($5,411 > 1.65309$) with a significant $0,000 < 0.05$) has a positive and significant effect on customer satisfaction of PT Sunter Sumber Sinergi. The coefficient of determination test results obtained adjusted R

Artikel History:

Artikel masuk
Artikel revisi
Artikel diterima

Keywords:

Social media, brand awareness and purchase decision

Style APA dalam mensitasi artikel ini: [Heading sitasi]

Satu, N. P., & Dua, N. P. (Tahun). Judul Artikel. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*, v(n), Halaman awal - Halaman akhir. [heading Isi sitasi]

Square results of 0.503 (50.3%) of the dependent variable variation that is customer satisfaction which can be explained by the variation of the independent variables namely service quality, sales promotion and personal selling, while the rest is 0.497 (49.7%) comes from other variables not examined. The conclusion of this study is the quality of service, sales promotion and personal selling, significantly influence customer satisfaction

PENDAHULUAN

Pertumbuhan dibisnis properti di wilayah medan semakin pesat, dengan adanya pembangunan perumahan yang ada diberbagai wilayah menjadikan persaingan menjadi ketat di antara perusahaan properti, adanya perusahaan pemasaran sebagai pelantara akan meringankan beban emilik dalam menjual properti.

Kualitas pelayanan diduga mengalami masalah dimana PT. SUNTER SUMBER SINERGI ketika memberikan pelayanan kepada pelanggan dianggap tidak maksimal, informasi yang diberikan kepada pelanggan seperti ketersediaan unit, harga dan lokasi mengenai suatu property sangat lama waktunya untuk diketahui pelanggan, hal ini dapat menyebabkan pelanggan berkurang.

Promosi penjualan diduga mengalami masalah dimana salah satu promosi yang dilakukan PT. SUNTER SUMBER SINERGI yaitu memberikan tiket jalan – jalan ke luar negeri berupa reward yang dianggap tidak cukup menarik bagi pelanggan, serta promosi lainnya seperti via media sosial kurang digencarkan. Hal ini dapat menyebabkan pelanggan merasa tidak percaya diri terhadap kemampuan mereka dalam memasrkan property sehingga pencapaian yang dianggap mudah oleh PT. SUNTER SUMBER SINERGI tidak dapat dicapai oleh pelanggan.

Personal selling diduga mengalami masalah dimana PT. SUNTER SUMBER SINERGI masih kekurangan pelanggan, ini disebabkan ketika perekrutan sedang berlangsung, pelanggan menganggap penjelasan dari perusahaan kurang menarik sehingga calon pelanggan tidak jadi bergabung. Hal ini mempengaruhi minat pelanggan untuk bergabung dengan perusahaan.

PT. SUNTER SUMBER SINERGI merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelantara penjualan properti, perusahaan yang berdiri pada tahun 2017 ini sejak awal memiliki tujuan memberikan pelayanan serta wadah untuk pelanggan berbeda dengan proses penjualan properti terdahulu yang hanya memanfaatkan cara penjualan secara membagikan brosur karena untuk saat ini agensi properti telah bergerak secara online (pemasaran melalui media sosial), pelanggan disini adalah orang yang tergabung sebagai agent d PT. SUNTER SUMBER SINERGI.

Maka penting bagi pihak PT. SUNTER SUMBER SINERGI untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen, mengingat banyaknya persaingan dengan berbagai competitor, sehingga diambil judul “Analisis Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan Dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. SUNTER SUMBER SINERGI Medan”.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Dr. Etta Memang Sangadji dan Dr. Sopiah, MM., M.Pd. (2016:182) produk dan layanan yang berkualitas berperan penting untuk membentuk kepuasan konsumen, selain untuk menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Promosi Penjualan

Menurut Donni Juni Priansa, S.Pd., S.E., MM., (2017:123) promosi penjualan adalah strategi insentif dan berbagai rangsangan yang diberikan oleh perusahaan/pemasar, baik bagi pelanggan langsung maupun pasar perantara, yang ditujukan bagi peningkatan penggunaan produk dan transaksi produk.

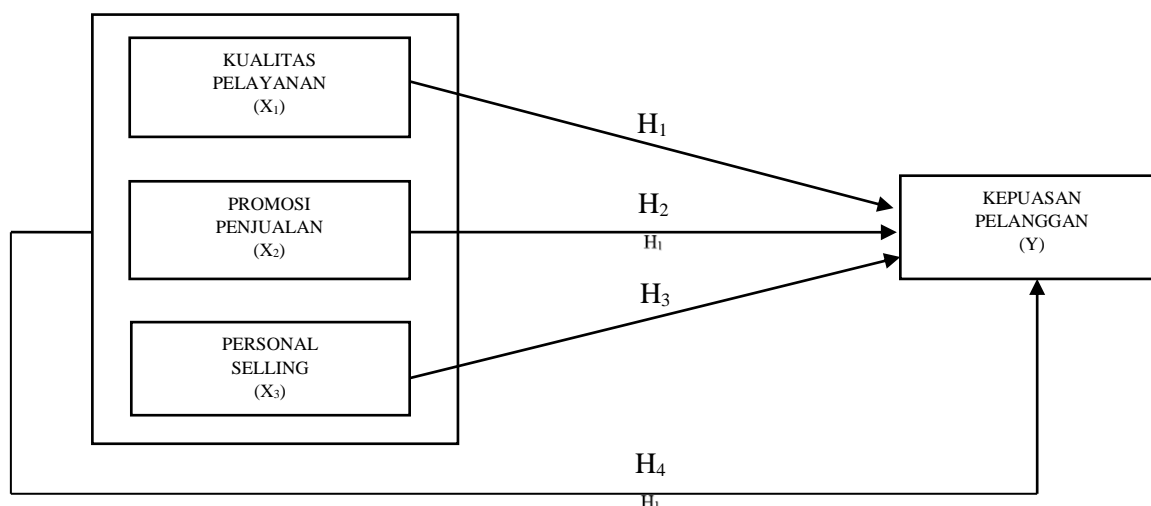
Personal Selling

Menurut Dr.H Nana Herdiana Abdurrahman, S.E., AK., M.M (2015:183) *personal selling* adalah presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan dengan tujuan melakukan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Dijelaskan oleh Daryanto dan Setyobudi (2014:90), bahwa “kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan data terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.”

Gambar 1.1. Kerangka Konseptual



METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang dipakai peneliti adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017 : 8), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Identifikasi dan Definisi Oprasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017 : 39), Hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam – macam variable dalam penelitian dapat debedakan menjadi:

- a. Variabel Independen, variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent.
- b. Variabel Dependen, sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017 : 137) , teknik pengumpulan data penelitian adalah menggunakan metode interview (wawancara) . kuesioner (angket), observasi (pengamatan).

Populasi dan Sampel

Populasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data perusahaan yaitu pelanggan (agent) yang telah bergabung dengan PT. Sunter Sumber Sinergi berjumlah 351 orang dari Juli 2017 sampai pada Juli 2019 . Cara pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan metode sampling insidental , Sugiyono (2017: 85) . Dengan menggunakan rumus *Slovin*, kami mengurangi jumlah pelanggan yang diteliti menjadi 186 orang, ditambah dengan 30 orang dari luar perusahaan untuk pengujian validitas dan realibilitas, dengan totalnya menjadi 216 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data perusahaan yaitu pelanggan (agent) yang telah bergabung dengan PT. Sunter Sumber Sinergi berjumlah 351 orang dari Juli 2017 sampai pada Juli 2019 . Cara pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan metode sampling insidental , Sugiyono (2017: 85) . Dengan menggunakan rumus *Slovin*, kami mengurangi jumlah pelanggan yang diteliti menjadi 186 orang, ditambah dengan 30 orang dari luar perusahaan untuk pengujian validitas dan realibilitas, dengan totalnya menjadi 216 orang.

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017 : 267), validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

Uji Realibilitas

Menurut Ghozali (2016 : 47) Realibilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan metode *Cronbach's Alpha*.

HASIL & PEMBAHASAN

Tabel 1.1 Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2448,959	3	816,320	61,419	,000 ^b
	Residual	2418,955	182	13,291		
	Total	4867,914	185			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Personal_Selling, Promosi_Penjualan, Kualitas_Pelayanan

Sumber : Data Diolah 2020

Kualitas Pelayanan

Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6,046 > 1,65309$ dan signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$, berarti bahwa secara parsial Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sunter Sumber Sinergi Medan.

Promosi Penjualan

Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,251 > 1,65309$ dan signifikan yang diperoleh $0,026 < 0,05$, berarti bahwa secara parsial Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sunter Sumber Sinergi Medan.

Personal Selling

Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,411 > 1,65309$ dan signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$, berarti bahwa secara parsial

Personal Selling berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sunter Sumber Sinergi Medan.

Tabel 2.1. Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,899	2,166		-1,338	,182
Kualitas_Pelayanan	,399	,066	,406	6,046	,000
Promosi_Penjualan	,275	,122	,119	2,251	,026
Personal_Selling	,434	,080	,359	5,411	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber : Data Diolah 2020

Hasil uji koefisien determinasi diperoleh hasil adjusted R Square sebesar 0,503 (50,3%) dari variasi variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, promosi penjualan dan personal selling, sedangkan sisanya sebesar 0,497 (49,7%) berasal dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga, pameran, iklan, merek dan sebagainya.

Tabel 1.3. R square Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,709 ^a	,503	,495	3,64568

a. Predictors: (Constant),
Personel_Selling,
Promosi_Penjualan,
Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber : Data Diolah 2020

Hasil Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan metode pengujian simultan (uji F) bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($61,649 > 2,26$) dan probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$, bahwa dengan metode pengujian simultan kualitas pelayanan, promosi penjualan dan personal selling berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sunter Sumber Sinergi Medan.

Hasil Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan metode pengujian parsial (uji t) bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, menunjukkan kualitas pelayanan ($6,046 > 1,65309$) dengan signifikan $0,000 < 0,05$, promosi penjualan ($2,251 > 1,65309$) dengan signifikan $0,026 < 0,05$, personal selling ($5,411 > 1,65309$) dengan signifikan $0,000 < 0,05$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Sunter Sumber Sinergi.

Hasil uji koefisien determinasi diperoleh hasil adjusted R Square sebesar 0,503 (50,3%) dari variasi variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh

variasi variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, promosi penjualan dan personal selling, sedangkan sisanya sebesar 0,497 (49,7%) berasal dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga, pameran, iklan, merek dan sebagainya.

Kepuasan Pelanggan merupakan tingkat atau nilai perasaan seseorang terhadap suatu barang dan jasa yang dapat diukur sebelum, sesudah, dan saat pemakaian barang atau jasa tersebut, terdapat beberapa cara dalam mengukur kepuasan pelanggan seperti dengan menggunakan sistem keluhan dan saran serta dengan menggunakan survey kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan dapat memperhatikan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan layanan yang ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan seperti produk dan layanan yang berperan penting untuk membentuk kepuasan konsumen, selain untuk menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Selain kualitas pelayanan, terdapat promosi penjualan dan personal selling. Promosi penjualan merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Personal selling merupakan komunikasi langsung antara agent dan konsumen dalam sebuah proses agar terjadi transaksi, pemenuhan kepuasan konsumen, perkembangan penjualan dan hubungan yang menguntungkan.

Ketiga aspek tersebut memegang kunci penting dalam keberhasilan sebuah perusahaan, dengan kualitas yang baik dapat meningkatkan kepercayaan agent terhadap perusahaan, hal ini dapat mendorong penjualan properti. Promosi penjualan juga perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam memberikan apresiasi terhadap agent, jenjang karir dan bonus. Kepuasan pelanggan atau agent itu sendiri akan meningkat seiring dengan perusahaan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, promosi penjualan yang digencar, serta kemampuan perusahaan yang selalu mendampingi agent dalam memasarkan properti kepada konsumen secara langsung.

SIMPULAN & SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengujian hasil secara parsial menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. SUNTER SUMBER SINERGI MEDAN.
2. Pengujian hasil secara parsial menunjukkan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. SUNTER SUMBER SINERGI MEDAN.
3. Pengujian hasil secara parsial menunjukkan *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. SUNTER SUMBER SINERGI MEDAN.
4. Pengujian hasil secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi dan *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. SUNTER SUMBER SINERGI MEDAN.
5. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh hasil *adjusted R Square* sebesar 0,503 (50,3%) dari variasi variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, promosi penjualan dan *personal selling*, sedangkan sisanya sebesar 0,497 (49,7%) berasal dari variabel lain yang tidak diteliti.

Saran

Berdasarkan kesimpulan sebelumnya, maka peneliti menyarankan sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, atas hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan pengetahuan untuk memperluas wawasan penelitian dalam bidang ilmu manajemen pemasaran.
2. Bagi Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia, agar hasil penelitian ini dapat menjadi bahan studi kepustakaan, pembelajaran dan memperkaya penelitian di Universitas Prima Indonesia
3. Bagi PT. SUNTER SUMBER SINERGI MEDAN sebaiknya lebih memerhatikan kualitas pelayanan, promosi dan *personal selling* yang dilakukan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang ada.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel lain di luar dari variabel yang diteliti oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Daryanto dan Setyobudi, Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Gava Media
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete. Edisi Kedelapan*. Semarang : Badan Penerbit - Undip

- Priansa, Donni Juni. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung : CV. Pustaka Setia.*
- Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah. 2016. Perilaku Konsumen. Yogyakarta : CV. Andi Offset.*
- Sugiyono. 2017. Metodologi Penelitian. Bandung : CV. Alfabeta*
- Sunyoto, Danang. 2012. Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : CAPS (Center Of Academic Publishing Service).*
- Sunyoto, Danang. 2015. Perilaku Konsumen Dan Pemasaran. Yogyakarta : CAPS (Center Of Academic Publishing Service).*
- Tjiptono, Fandy. 2011. Service Management. Edisi Kedua. Yogyakarta : CV. Andi Offset.*
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. Yogyakarta : CV. Andi Offset.*