

PENDAHULUAN

Latar belakang

Pertumbuhan dibisnis jasa properti di wilayah medan semakin pesat, dengan adanya pembangunan perumahan yang ada diberbagai wilayah menjadikan persaingan menjadi ketat di antara perusahaan perantara properti, adanya perusahaan pemasaran sebagai perantara akan meringankan beban pemilik dalam menjual properti. Pada PT. SUNTER SUMBER SINERGI pelanggan yang di prioritaskan adalah agen, karena perusahaan memiliki tujuan utama yaitu menyediakan kantor dan memfasilitasi agen untuk dapat berjualan, melalui naungan PT.SUNTER SUMBER SINERGI dapat memberikan kenyamanan dan keamanan bagi agen yang ingin berjualan 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 properti sangat lama waktunya untuk diketahui pelanggan, sehingga pelanggan memberikan banyak keluhan, pada tahun 2017 – 2019 jumlah keluhan yang masuk sebanyak 498 keluhan, dengan berbagai keluhan yang diberikan seperti nilai komisi yang diberikan perusahaan terlalu sedikit, lokasi kantor dan hal lainnya yang 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 bagi pelanggan yang mencapai suatu target tertentu dan hal ini dianggap tidak cukup menarik bagi pelanggan, serta promosi lainnya seperti via media sosial yang memberikan peluang bagi pelanggan untuk

dapat ditampilkan fotonya ketika sedang closing (terjadi penjualan) kurang digencarkan. Hal ini dapat menyebabkan pelanggan merasa kurang percaya diri terhadap kemampuan mereka dalam memasarkan properti sehingga pencapaian target penjualan yang sudah ditentukan oleh PT. SUNTER SUMBER SINERGI tidak dapat dicapai oleh pelanggan.

Personal selling diduga mengalami masalah dimana PT. SUNTER SUMBER SINERGI pada tahun 2017 – 2019 mengalami penurunan pada jumlah pelanggan dari angka 202 pelanggan pada tahun 2017, 1070 pelanggan pada tahun 2018, 385 pelanggan pada tahun 2019. Kekurangan pelanggan ini disebabkan ketika perekrutan agen dan *event* yang diselenggarakan pelanggan merasa tidak tertarik dan kurang jelas dengan cara penjelasan dari perusahaan mengenai produk yang akan dipasarkan sehingga pelanggan tidak lagi datang ke event yang diselenggarakan oleh perusahaan. Hal ini mempengaruhi minat pelanggan untuk bergabung ke perusahaan.

PT. SUNTER SUMBER SINERGI merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa perantara 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 kantor properti telah bergerak secara online (pemasaran melalui media sosial), pelanggan disini adalah orang yang tergabung sebagai agent di PT. SUNTER SUMBER SINERGI.

Maka penting bagi pihak PT. SUNTER SUMBER SINERGI untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan harapan

pelanggan, 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”.

Identifikasi Masalah

Mengacu pada judul penelitian yang dibuat maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah:

1. Banyaknya keluhan dari pelanggan mengenai pelayanan pada PT. Sunter Sumber Sinergi.
2. Promosi tidak mudah untuk dilakukan oleh para pelanggan.
3. Pelanggan tidak tertarik dengan *personal selling* yang dilakukan oleh perusahaan.
4. Pelanggan ragu sehingga banyak yang memutuskan untuk tidak bergabung ke dalam perusahaan.

Formulasi Masalah

Berlandaskan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah terbagi diatas, dapat dibuat formula masalah yaitu :

1. Apakah ada kaitan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. SUNTER SUMBER SINERGI?
2. Apakah ada kaitan antara promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan di PT. SUNTER SUMBER SINERGI?
3. Apakah ada kaitan antara pengaruh *personal selling* terhadap kepuasan pelanggan di PT. SUNTER SUMBER SINERGI?
4. Apakah ada kaitan antara kualitas pelayanan, promosi penjualan dan *personal selling* terhadap kepuasan pelanggan di PT. SUNTER SUMBER SINERGI?

Landasan Teori

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono (2012:157) kualitas layanan adalah layanan yang ditetapkan oleh keahlian perusahaan dalam mencapai kebutuhan dan keinginan sesuai ekspektasi pelanggan.

Menurut Tjiptono (2014:282) mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan, yakni :

1. Reliabilitas (*Reliability*)
2. Data Tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empathy*)
5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

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. Tingginya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh tingginya kualitas dan layanan perusahaan.

2. 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.

Menurut Donni Juni Priansa (2017:126) berbagai macam alat dalam *sales promotion*, yaitu sebagai berikut :

1. *Point Of Purchases Display* (POP)
2. Pemeran Dagang (*Trade Show*)
3. *Push Money*
4. Barang Gratis (*Dealer Loaders*)
5. Kupon (*Coupons*)
6. Tawaran Pengembalian Tunai (*Rebates*)

7. Potongan Harga (*Price Deals*)
8. Hadiah (*Premium*)
9. Kontes (*Contest*)
10. Hadiah Loyalitas

Menurut Indriyo Gitosudarmo dalam buku dasar – dasar manajemen pemasaran, Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M. (2012:155) promosi merupakan aktivitas pengenalan produk agar konsumen menjadi bahagia dan membeli produk yang ditawarkan perusahaan.

3. Personal Selling

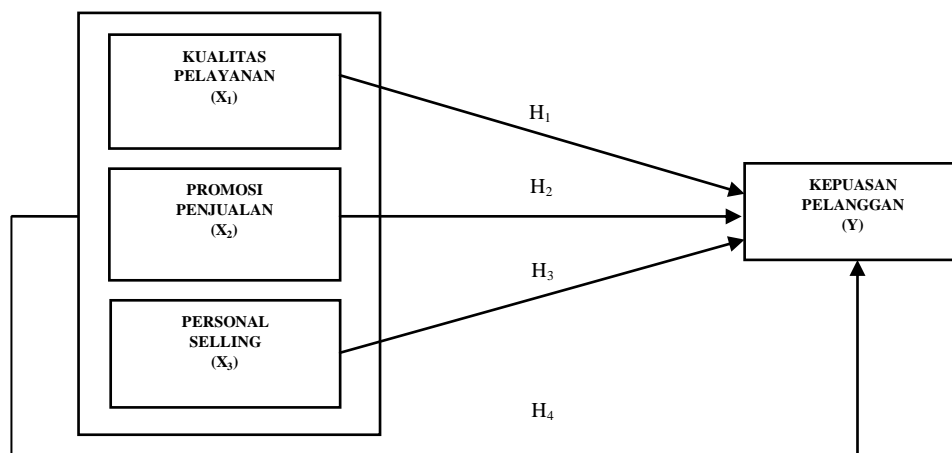
Menurut Dr.H Nana Herdiana Abdurrahman, S.E., AK., M.M (2015:183) *personal selling* adalah pemasaran langsung oleh wiraniaga perusahaan dengan guna terjadinya transaksi dan membangun relasi dengan pelanggan.

Menurut Donni Juni Priansa (2017:226), mejabarkan sejumlah alat dalam *personal selling* yang sering digunakan oleh perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Pertemuan Penjualan
2. Program Insentif
3. Pemberian Contoh (Sample)
4. Pemeran Dagang

Kerangka Konseptual

Berikut adalah gambar dari kerangka konseptual penelitian berdasarkan pemikiran tersebut :



Gambar 1.1. Kerangka Konseptual

Menurut Cron dan Decarlo (2010) dalam buku komunikasi pemasaran terpadu Donni Juni Priansa, S.Pd., S.E., M.M., QWP (2017:220) *personal selling* adalah komunikasi langsung antara *sales representatives* dan *prospect* dalam sebuah proses agar terjadi transaksi, pemenuhan kepuasan konsumen, perkembangan penjualan dan hubungan yang menguntungkan

4. Kepuasan Pelanggan

Menurut Sunyoto (2014:227) kepuasan pelanggan adalah perbandingan tingkat perasaan dengan keinginan seseorang setelah merasakan suatu kinerja atau hasil.

Buchari Alma (2018:288), mengatakan ada beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan :

1. System Keluhan Dan Saran
2. Survey Kepuasan Pelanggan
3. Pembeli Bayangan
4. Analisa Pelanggan Yang Lari

Dijelaskan oleh Daryanto dan Setyobudi (2014:90), bahwa “kepuasan konsumen adalah pencapaian kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan melalui produk sudah pernah digunakan.”

Hipotesis

Hipotesis adalah anggapan dasar terhadap suatu masalah, bersifat praduga dan masih berdasarkan teori yang relevan, dimana akan dibuktikan kebenarannya melalui hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti.

Hipotesis dari penyelidikan ini adalah :

- H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan properti pada PT. SUNTER SUMBER SINERGI – Medan
- H2 : Promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan properti pada PT. SUNTER SUMBER SINERGI – Medan.
- H3 : *Personal selling* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan properti pada PT. SUNTER SUMBER SINERGI – Medan
- H4 : Kualitas pelayanan, promosi penjualan, *personal selling* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan properti pada PT. SUNTER SUMBER SINERGI – Medan.