PENGARUH PERSONAL SELLING, KOMITMEN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. NOBEL AUDIOLOGY CENTER SURABAYA

by Aridwan Lasmana Putra 1121800050

Submission date: 08-Jul-2022 04:49PM (UTC+0700)
Submission ID: 1868045089
File name: Jurnal_-_Aridwan_Lasmana_Putra_-_1121800050.pdf (263.14K)
Word count: 2142
Character count: 14226

PENGARUH PERSONAL SELLING, KOMITMEN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. NOBEL AUDIOLOGY CENTER SURABAYA

Aridwan lasmana Putra[1], Drs. IGN Anom Maruta, M. M.[2], Dra. Awin Mulyati, M. M.[3]

Administrasi Niaga, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Aridwanlasmana97@gmail.com

Abstract

This study aims to find out the influence of personal selling, commitment, and trust on the loyalty of PT. Nobel Audiology Center Surabaya. This tipe of research used a descriptive quantitative methods, the data collection used in this research purpose sampling techniques and a sample of 96 respondents as one of the data sources. This study used descriptive analysis tools of classical assumption test, homepage regression analysis and followed with t test, F test, R test and R2 test. The results obtained from this research are that personal selling has a positive and significant effect on customer loyalty. Commitment has a positive and significant effect on customer loyalty. Trust has proven to have a positive and significant effect on customer loyalty. In the end, the variables of personal selling, commitment and trust together have a significant influence on the loyalty of PT. Nobel Audiology Center Surabaya.

Keywords: Personal Selling, Commitment, trust, Customer Loyalty

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Personal Selling, Komitmen, dan Kepercayaan Terhadap Loyallitas Pelanggan PT. Nobel *Audiology Center* Surabaya. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *purpose sampling* dan sampel 96 responden sebagai salah satu sumber data. Penelitian ini menggunakan alat analisis deskriptif uji asumsi klasik, analisis regresi beranda dan di ikuti dengan uji t, uji F, uji R dan uji R^2. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah bahwa *Personal Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Pada akhirnya variabel *Personal Selling*, Komitmen dan Kepercayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Nobel *Audiology Center* Surabaya.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Komitmen, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan

Pendahuluan

Latar Belakang

Persaingan bisnis saat ini sangat ketat, baik itu bisnis yang bergerak di bidang produk atau jasa. Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap perusahaan perlu melakukan berbagai strategi untuk menarik pelanggan. Saat ini jika kita sebagai pengusaha ingin mendapatkan keuntungan yang baik dan banyak, maka kita perlu memikirkan berbagai macam strategi yang dapat dilalukan sesuai dengan usaha dan perusahaan apa yang sedang dijalankan. Saat ini banyak perusahaan yang telah melakukan berbagai macam strategi untuk mendapatkan keuntungan atau kesejahteraan perusahaannya, model loyalitas pelanggan terprediksi akan menjadi lebih kompleks dibandingkan dengan lingkup lainnya. Industri kesehatan saat ini di Indonesia telah masuk dalam industri yang cukup besar dan pertumbuhannya yang pesat. Penting sekali bagi perusahaan yang bergerak pada bidang jasa dan produk khususnya perusahaan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan yang berhubungan dengan aspek sosial. Jika pelanggan merasa terpuaskan dan harapannya terpenuhi hal ini akan menjadikan sebuah peluang keuntungan yang diperoleh, selain itu citra maupun pandangan pelangan pada perusahaan akan baik. Perputaran pelanggan atau mencari pelanggan baru memang mudah dilakukan, tetapi hal yang lebih sulit yaitu bagaimana cara mempertahankan pelanggan yang telah ada dari dulu dan masih bermanfaat bagi perusahaan, menurut Lestari (2014:146-147).

Widiyanto (2013) menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan adalah fondasi bisnis dan cara untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Menurut Moorman dari Widiyanto (2013), kepercayaan adalah kecocokan individu untuk menggantikan dirinya dengan pihak lain untuk berpartisipasi dalam pertumbuhan karena individu memiliki keyakinan dalam semua aspek tersebut dan konsumen memiliki keyakinan pada semua konsumen. Widiyanto (2013), Penelitian berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Supermarket Luwes Purwodadi)". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan loyalitas dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Melihat dari perkembangan jumlah industri kesehatan yang sampai saat ini semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini dapat memicu munculnya beragam strategi yang dapat dilakukan dan membuahkan hasil. Salah satu nya PT. Nobel *Audiology Center*, perusahaan tersebut bergerak pada bidang pelayanan pemeriksaan maupun konsultasi kesehatan pendengaran dan penyedia alat kesehatan berupa alat bantu dengar. Dimana perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan berkembang. Sehingga dalam penyusunan strategi yang akan dilakukan harus benar-benar tepat untuk dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Dari data kementrian kesehatan pada tahun 2019 memaparkan bahwa presentasi penyandang gangguan pendengaran di Indonesia sebanyak 7,03%. Perusahaan ini telah memiliki standar dalam pelayanan maupun produk yang disediakan, selain itu perusahaan ini telah memiliki berbagai cabang di Indonesia, salah satunya di Surabaya. Perusahaan ini masih dan harus meningkatkan lagi strategi yang harus dilakukan, melihat peluang yang begitu besar dari kesadaran masyarakat dan dukungan dari berbagai pihak.

Permasalahan yang di hadapi oleh perusahaan Nobel *Audiology Center* Surabaya adalah menurunnya jumlah kunjungan pelanggan periode 2019 sampai 2021 yang disebabkan oleh

beberapa faktor diantaranya semakin banyak kompetitor yang bergerak di bidang yang sama, kurangnya kepercayaan pelanggan atas produk maupun perusahaan, minimnya kemampuan pendekatan terhadap pelanggan atau *personal selling*. Hal ini berpengaruh pada jumlah kunjungan atau transaksi yang dilakukan oleh pelanggan yang dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Disini penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti permasalah tersebut karena seperti yang telah dipaparkan oleh para peneliti terdahulu bahwa keberlangsungan sebuah perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor. Ketertarikan ingin meneliti permasalahan tersebut berada pada objek penelitian, yaitu pada bidang jada kesehatan dan faktor apa yang mempengaruhi pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang di atas penulis melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Personal Selling*, Komitmen dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan PT.Nobel *Audiology Center* Surabaya".

Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara *personal selling*, komitmen dan kepercayaan terhadap loyalitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, seperti yang di ungkapkan oleh Sugiyono (2016) menyatakan bahwa 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 atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Hasil dan pembahasan

Hasil yang didapat setelah pengujian sebagai berikut :

A. Uji Korelasi Berganda, tingkat hubungan antara variabel *Personal Selling*, Komitmen dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan memiliki tingkat korelasi Sedang.
B. Uji t (Parsial), variabel *Personal Selling* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT.Nobel *Audiology Center* Surabaya diterima, variabel Komitmen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT.Nobel *Audiology Center* Surabaya diterima dan variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Nobel *Audiology Center* Surabaya diterima
C. Uji Koefisien Determinasi (R^2), variabel Loyalitas Pelanggan dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian kali ini , seperti pelayanan, lokasi, harga dan sebagainya.
D. Uji F, variabel *Personal Selling*, Komitmen Dan Kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Pada pembahasan hasil penelitian ini mencoba untuk menjawab hipotesis yan telah dirumuskan dengan melakukan berbagai uji yang telah dilakukan . hasil uji hipotesis yang

diajukan diterima atau ditolak dengan diserta penjelasan empiris dan teoritis, dengan pembahasan sebagai berikut :

A. Pengaruh *Personal Selling* terhadap Loyalitas Pelanggan, Dari hasil penelitian ini menunjukan bahwa *Personal Selling* berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan. *Personal Selling* sangat berhubungan dengan konsumen dan Loyalitas Pelanggan, sehingga tercipta tujuan dari perusahaan yaitu menghasilkan penjualan produk yang baik dan optimal kepada konsumen dan terciptanya Loyalitas Pelanggan.
B. Pengaruh Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan, Hasil penelitian membuktikan bahwa Komitmen berpenaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelangan PT. Nobel *Audiology Center* Surabaya. Komitmen terjadi dimana pihak yang memberikan komitmen menganggap suatu hubungan adalah penting yang dapat diukur melalui keinginan mempertahankan hubungan, kemauan memelihara hubungan dan keyakinan akan kestabilan hubungan. Komitmen tidak akan terjadi kalau salah satu atau kedua belah pihak merasa bahwa hubungannya tidak menguntungkan.
C. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan, kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, hal tersebut dapat dilihat uji yang telah dilakukan. dengan hasil analisis ada pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti kepercayaan menrupakan bagian penting dalam memberikan pengaruh atau dampak bagi kualitas suatu hubungan, khususnya bagi pelaku usaha jasa atau produk harus terjalin ikatan kepercayaan yang kuat.
D. Pengaruh Personal Selling, Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan uji variabel secara bersama-sama pada uji F. Dari hasil ini menunjukan bahwa variabel dalam penelitian berpengaruh bagi loyalitas pelanggan, hal ini juga penting untuk tetap menjaga dan meningkatkan *Personal Selling*, Komitmen Dan Kepercayaan terhadap pelanggan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan hal ini menjadi informasi yang penting dan berharga bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas perusahaan dalam hal *Personal Selling*, Komitmen dan Kepercayaan.

Penutup

Berdasarkan hasil analis dan pembahasan penelitian diatas dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh signifikan dari *Personal Selling* secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Nobel *Audiology center* Surabaya dengan melakukan beberapa uji yang dilakukan seperti hasil dari uji t didapatkan nilai t hitung sebesar 2,725 lebih besar dari t tabel 1,988 dengan nilai signifikansi 0,008 kurang dari 0,05 sehingga hipotesis alternatif diterima. Seperti pada teori tentang hubungan Personal Selling terhadap Loyalitas pelangan oleh William J. Stanton (2006 : 263) menyatakan bahwa : “Tujuan semua usaha pemasaran adalah menambah penjualan menguntungkan dengan menawarkan pemenuhan kebutuhan dalam jangka panjang. *Personal Selling* merupakan cara promosi paling penting yang digunakan untuk mencapai tujuan penjualan tersebut guna untuk mencapai tujuan pada loyalitas pelanggan.”

2. Terdapat pengaruh signifikan dari Komitmen secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Nobel *Audiology Center* Surabaya setelah dilakukan beberapa uji seperti hasil dari uji t didapatkan nilai t hitung sebesar 2,313 lebih besar dari t tabel 1,988 denan nilai signifikansi 0,023 kurang dari 0,05 sehingga hipotesis alternatif diterima. Seperti pada penelitian yang telah dilakukan oleh Bricci et al. (2016), yang bertujuan untuk menunjukkan pengaruh utama dari komitmen, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dari sektor distribusi di Portugal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komitmen pelanggan berpengaruh positif dan langsung pada loyalitas pelanggan.
3. Terdapat pengaruh signifikan dari kepercayaan secara parsial terhadap loyaliitas pelanggan PT. Nobel *Audiology Center* Surabaya dengan melakukan beberapa uji pada data penelitian seperti hasil dari uji t didapatkan nilai t hitung sebesar 2,454 lebih besar dari t tabel 1,988 dengan nilai signifikansi 0,016 kurang dari 0,05 sehingga hipotesis alternatif diterima. Dalam hal ini untuk Kepercayaan memang berpengaruh pada Loyalitas pelanggan, hal ini berkaitan dengan teori yang disampaikan oleh Gaffar (2007) Kepercayaan pelanggan merupakan kehendak pelanggan dalam mempercayakan sebuah perusahaan atau merek untuk menuntaskan harapannya.
4. Terdapat pengaruh signifikan dan simultan *Personal Selling*, Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Nobel *Audiology Center* Surabaya saat dilakukan uji secara bersamaan, uji yang dilakukan yaitu uji F dimana didapatkan nilai f hitung sebesar 12,528 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai F hitung 12,528 lebih besar dari F tabel 2,701 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05.

Daftar Pustaka

Aini, N. N. (2019). Analisis Pengaruh Advertising Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Transmart Rungkut). *Jurnal Adbis Untag Surabaya*.

Cassandra, M. C. (2014). Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penanganan Konflik terhadap Pelanggan Bang BCA Di Surabaya. *Jurnal IlmiahnMahasiswa Universitas Surabaya*.

Dr. M. Anang Firmansyah, S. M. (2022). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.

Dwihandrianto, B. (2017). Pengaruh Dimensi Relationship Marketing, Kualitas Layanan Dan Personal Selling Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Bri Cabang Tulungagung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1.

Handko, K. (2018). Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*.

Haryanto, J. O. (2012). Pengaruh Personal Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek Dan Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan Pond'S. *Buletin Studi Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga*.

Kumadji, S. N. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Universitas Brawijaya Malang*.

Mirza Arief, I. S. (2017). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Komitmen Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 144.

Mulyadi, H. (2020). Pengaruh Penerapan Strategi Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Pro Car International Finance Cabang Padang. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP*.

Rahmayani, R. (2018). Pengaruh Interactive Marketing Dan Personal Selling Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bina Sarana Informatika*.

Ramadhan, M. A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online GOJEK di Kota . *Jurnal Magister Manajemen Universitas Islam Malang*.

Rusdiana, N. (2020). Analisis Komparasi Personal Selling, Advertising Terhadap Keputusan Pembeli Produk Rokok Djarum Dan Rokok Gudang Garam Di Surabaya. *Jurnal Adbis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.

Salam, W. d. (2020). *Komitmen Organisasi*. Pamulang - Tangerang Selatan: UNPAM PRESS.

Sanjaya, R. P. (2021). Pengaruh Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Merchant Partner Grab Food di Kota Pekanbaru. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau*.

Setiawan, S. (2018). *Loyalitas Pelanggan Jasa*. Bogor: PT.Penerbit IPB Press.

Sudarwati. (2017). Pengaruh Periklanan, Personal Selling, Publisitas dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di PT. Batik Semar Surakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol 4dan no. 3.

Suddin, D. S. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan,Kualitas Produk, Komitmen Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi . *Jurnal Eksplorasi*.

W, B. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian* .

Wijaya, V. T. (2019). PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI DAN PERSONAL SELLING TERHADAP . *Jurnal Manajemen Volume 5 Nomor 2 (2019) Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia*.

PENGARUH PERSONAL SELLING, KOMITMEN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. NOBEL AUDIOLOGY CENTER SURABAYA

ORIGINALITY REPORT

13%	10%	7%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
2	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	2%
3	eprints.ums.ac.id Internet Source	2%
4	123dok.com Internet Source	2%
5	core.ac.uk Internet Source	2%
6	ejournal.undip.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes	Off	Exclude matches	< 2%
Exclude bibliography	Off		