

Hubungan antara personal selling dengan kepuasan nasabah: Studi terhadap kemampuan personal selling IRO (Individual Relationship Officer) dan kepuasan nasabah Bank Danamon di Jakarta

Yuyun Yuniati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73902&lokasi=lokal>

Abstrak

Kepuasan konsumen merupakan konsep yang ramai dibicarakan dunia bisnis. Konsumen yang merasa puas akan cenderung menjadi konsumen yang loyal dan pada akhirnya pelanggan akan memberikan keuntungan bagi perusahaan (Irawan, 2002; Lela and Sheth, 1995) Personal selling adalah salah satu strategi yang digunakan dalam bauran komunikasi pemasaran (Smith, 1996). Strategi ini memanfaatkan pendekatan personal kepada konsumen dimana inti dari kegiatan ini adalah menjalin hubungan yang dinamis dan fleksibel antar pihak yang terlibat dalam pemasaran (Fitzgerald & Amott, 2000). Dengan hubungan yang bersifat personal, personal selling secara teoritis adalah salah satu strategi yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memotivasi loyalitas konsumen.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab permasalahan bagaimanakah kemampuan personal selling dari Individual Relationship Officer (IRO) yang dimiliki Bank Danamon dengan kepuasan nasabah Bank Danamon. Penelitian yang bersifat eksplanatif dilakukan pada populasi nasabah Bank Danamon yang mendapatkan pelayanan dari IRO di Jakarta. Sampel dipilih secara cluster sampling dan didapat 100 responder.

Hasil pengolahan data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen memiliki korelasi yang positif dan signifikan dengan kemampuan personal selling walaupun korelasi tersebut lemah ($r= 0,261$, $\text{sig}=0,009$). Hasil ini mengindikasikan makin tinggi kemampuan personal selling makin tinggi kepuasan nasabah. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur dimensi personal selling memiliki validitas dan reliabilitas yang sudah baik, namun demikian masih diperlukan pengkajian teoritis yang lebih mendalam dan sampel yang lebih besar.