

**ANALISIS KINERJA PENJUALAN DAN DAMPAKNYA  
TERHADAP KINERJA PEMASARAN  
(STUDI KASUS PADA BANK DANAMON SIMPAN PINJAM  
CLUSTER SURABAYA 2)**

**TESIS**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu  
Syarat Penyelesaian Program Pasca Sarjana**



**Oleh :**

**AHMAD RIEFQI TAUFIQI  
2012610042**

**PASCA SARJANA  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2016**

**ANALISIS KINERJA PENJUALAN DAN DAMPAKNYA  
TERHADAP KINERJA PEMASARAN  
(STUDI KASUS PADA BANK DANAMON SIMPAN PINJAM  
CLUSTER SURABAYA 2)**

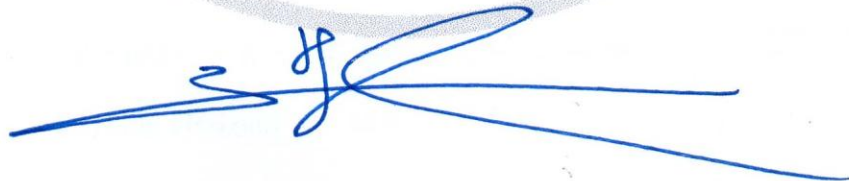
**Diajukan Oleh :**

**AHMAD RIEFQI TAUFIQI  
2012610042**

**Tesis ini telah dibimbing  
Dan dinyatakan siap ujian**

Dosen Pembimbing,

Tanggal ..... **09 JUNI 2016** .....



**(Dr. Ronny, S. Kom, M. Kom, M. H)**

**ANALISIS KINERJA PENJUALAN DAN DAMPAKNYA  
TERHADAP KINERJA PEMASARAN  
(STUDI KASUS PADA BANK DANAMON SIMPAN PINJAM  
CLUSTER SURABAYA 2)**

**Disusun Oleh :**

**AHMAD RIEFQI TAUFIQI**

**2012611042**

**Dipertahankan di depan Tim Penguji  
Dan Dinyatakan Lulus Ujian Tesis  
Pada Tanggal 14 JUNI 2016**

**Tim Penguji**

**Ketua : Dr. Basuki Rachmat, SE, MM**

**Sekretaris : Dr. Ronny, S. Kom, M. Kom, M. H**

**Anggota : Dr. Soni Harsono, SE, M.Si**

**Dr. Muazaroh, S.E, M.T**



## HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Ahmad Riefqi Taufiqi  
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 09 November 1986  
NIM : 2012611042  
Program Pendidikan : Pasca Sarjana ( Magister Manajemen )  
Judul : Analisis Kinerja Penjualan Dan Dampaknya  
Terhadap Kinerja Pemasaran ( Studi Kasus Pada  
Bank Danamon Simpan Pinjam Cluster Surabaya 2 )

Disetujui Dan Diterima Baik Oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 19 OKTOBER 2016

  
(Dr. Ronny, S. Kom, M. Kom, M. H)

Direktur Program Pasca Sarjana

Tanggal : 19 OKTOBER 2016

  
(Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi., MM)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah,

Dengan segala puja dan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya tesis ini dapat saya selesaikan dengan baik.

Tesis dengan judul “*Analisis Kinerja Penjualan Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Bank Danamon Simpan Pinjam Cluster Surabaya 2)*”, penulis ajukan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar magister manajemen.

Keberhasilan penulisan tesis ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Lutfi, S.E, M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah menyediakan fasilitas yang mendukung terciptanya proses pembelajaran di kampus.
2. Ibu Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi, MM. selaku Direktur Program Studi Magister Manajemen STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan saran yang mendukung kesempurnaan penyusunan teiss ini.
3. Bapak Dr. Ronny, S. Kom, M. Kom. M. H. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan motivasi, waktu, dan membimbing, berbagi ilmu dan pengalaman dengan penuh kesabaran dari awal sampai akhir penyusunan tesis ini.

4. Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE, MM, Bapak Dr. Soni Harsono, SE, M.Si dan Ibu Dr. Muazaroh, S.E, M.T. selaku Tim Dosen Penguji tesis yang telah memberikan masukan dan saran yang berharga demi kesempurnaan penyusunan tesis ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen beserta civitas akademik Magister Manajemen STIE Perbanas Surabaya yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan serta seluruh staf perpustakaan dan karyawan di STIE Perbanas Surabaya.
6. Terimakasih untuk kedua orang tua ku yang yang senantiasa memberikan doa, cinta, semangat, dan kasih sayang, Ayah ku tersayang Moh. Ibrahim dan Ibu ku tersayang Ida Lismawati, Adik-adik ku Ahmad Faishol Habibie dan Aulia Putri Shofani, dan juga seluruh keluarga ku semuanya.
7. Bapak Andreas Ibnu Setiawan Selaku Cluster Manager PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk, Bank Danamon Simpan Pinjam Cluster Surabaya 2 yang telah memberikan rekomendasi sehingga saya bisa melanjutkan kuliah di Magister Manajemen STIE Perbanas Surabaya, memberikan rekomendasi penelitian di Cluster Surabaya 2, memberikan support, dukungan, semangat dan doa mulai dari awal perkuliahan sampai terselesainya penyusunan tesis ini.
8. Bapak Soehartono, Bapak Nono Asmorohadi, Bapak Rurik Susanto, Bapak Mas'ud, dan Bapak Wahyu Hidayat, Bapak Gunawan Benny Wijaya, Bapak Budi Agustiawan, serta teman-teman PT. Bank Danamon Indonesia Tbk, Danamon Simpan Pinjam Cenpro Hub Blauran dan Unit Blauran yang telah

memberikan support, dukungan dan doa mulai dari awal perkuliahan sampai terselesainya penyusunan tesis ini.

9. Bapak dan Ibu Unit Manager, teman-teman Seluruh *Account Officer*, Serta seluruh Team PT. Bank Danamon Indonesia Tbk, Danamon Simpan Pinjam Cluster Surabaya 2 yang telah banyak membantu dan memberikan support dan bantuannya sampai terselesainya penyusunan tesis ini.
10. Teman-teman Pascasarjana Magister Manajemen Angkatan 2012 dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak bantuan, support, saran dan dukungannya dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih terdapat kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk memperbaiki tesis ini. Haapan penulis semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, berkepentingan, dan dapat menambah wawasan bagi para pembaca serta peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian di bidang manajemen.

Surabaya, Juni 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN TESIS .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<b>BAB I    PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Perumusan Masalah .....	20
1.3    Tujuan Penelitian .....	21
1.4    Manfaat Penelitian .....	22
1.5    Sistematika Penulisan.....	24
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>25</b>
2.1    Penelitian Terdahulu .....	25
2.2    Landasan Teori .....	47
2.3    Pengaruh Antar Variabel.....	75
2.4    Kerangka Pemikiran .....	89
2.5    Hipotesis Penelitian .....	90
<b>BAB III    METODE PENELITIAN .....</b>	<b>92</b>
3.1    Rancangan Penelitian .....	92
3.2    Batasan Penelitian .....	93
3.3    Identifikasi Variabel .....	94
3.4    Definisi Operasional Pengukuran Variabel .....	94
3.5    Teknik Pengambilan Sampel .....	99
3.6    Instrumen Penelitian.....	100
3.7    Uji Validitas dan Reliabiitas Instrumen Penelitian.....	103
3.8    Data Dan Metode Pengumpulan Data .....	108
3.9    Teknik Analisis Data .....	108
<b>BAB IV    HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>113</b>
4.1    Gambaran Subjek Penelitian.....	113
4.2    Analisis Data.....	119
4.3    Pembahasan .....	149



BAB V	PENUTUP .....	174
5.1	Penutup .....	174
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	177
5.3	Saran .....	178

DAFTAR PUSTAKA



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Media Promosi Yang Digunakan Untuk Produk Kredit Mikro Perbankan .....	10
Tabel 1.2 Delapan Daftar Bank yang Memberikan Peminjaman Kredit Unit Mikro, Kecil, dan Menengah Terbesar di Indonesia .....	11
Tabel 1.3 Pertimbangan Nasabah Dalam Memilih Bank Tempat Meminjam Pinjaman Mikro, Kecil, Dan Menengah.....	13
Tabel 1.4 Perkembangan Baki Debet Kredit Umkm Menurut Klasifikasi Usaha.....	14
Tabel 1.5 Perkembangan Baki Debet Kredit Umkm Menurut Kelompok Bank .....	15
Tabel 1.6 Perkembangan Baki Debet Kredit Umkm Menurut Lokasi Proyek Di Propinsi.....	15
Tabel 1.7 Data Penjualan Bank Danamon Cluster Surabaya 2 Bulan Januari - Desember 2012.....	16
Tabel 1.8 Data Penjualan Bank Danamon Cluster Surabaya 2 Bulan Januari - Desember 2013.....	17
Tabel 1.9 Data Penjualan Bank Danamon Cluster Surabaya 2 Bulan Januari - Desember 2014.....	17
Tabel 1.10 Hasil Penjualan Bank Danamon Cluster Surabaya 2 Bulan Januari - Juni 2015 .....	18
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	42
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Kuisisioner .....	101
Tabel 3.2 Kriteria Penilaian PLS.....	106
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Desain Wilayah Penjualan (KDWP).....	119
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Tingkat Pengalaman Menjual (TPM).....	121
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Perilaku Tenaga Penjual (PTP) .....	122
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Perencanaan Penyesuaian Penjualan (PPP).....	124
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Peran Supervisor (PS) ....	125
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Efektivitas Kegiatan Tenaga Penjualan (EKTP).....	126
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kompetensi Teknik Tenaga Penjual (KTTP) .....	128
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kinerja Tenaga Penjual (KTP).....	129
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kinerja Pemasaran (KP).	130
Tabel 4.10 <i>Loading Factor</i> .....	133
Tabel 4.11 <i>Cross Loading</i> .....	136
Tabel 4.12 AVE, Akar AVE, dan Korelasi Antar Variabel .....	138

Tabel 4.13 <i>Composite Reliability</i> .....	139
Tabel 4.14 <i>Cornbach Alpha</i> .....	140
Tabel 4.15 Nilai <i>R-Square</i> .....	143
Tabel 4.16 <i>t</i> Hitung dan <i>P-Value</i> .....	145



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka konseptual Impact of Customer Orientation and Sales Orientatation on Sales performance in International Market of Bilehsafar County .....	26
Gambar 2.2 Kerangka konseptual (Sales Force Activities an Marketing Strategies in Industiral Firm : Relationship and Implications).....	28
Gambar 2.3 Kerangka konseptual Examining Bussines Strategies, Sales Management, and Sales Person Antecedent of Sales Orgaization Effectiveness.....	30
Gambar 2.4 Kerangka konseptual An Examination of the Antacedent of a Crucial Selling Skill : Asking of Questions .....	31
Gambar 2.5 Kerangka konseptual “A Measure Of Selling skill: Scale Development and Vaidation” .....	33
Gambar 2.6 Kerangka konseptual “Benchmarks of Successfil Salesforces Performance” .....	34
Gambar 2.7 Kerangka konseptual Studi Tentang Kinerja Penjualan (Studi Kasus Pada PT Sinar Niaga Sejahtera Area Distribusi Jawa Tengah 1).....	35
Gambar 2.8 Kerangka konseptual Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja tenaga Penjual Untuk Meningkatkan KinerjaPemasaran (Studi Kasus Pada Industri Asuransi Jiwa di Semarang).....	37
Gambar 2.9 Kerangka konseptual Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Tenaga Penjual Melalui Kerja Cerdas Dan Kemampuan Menjual Tenaga Penjual Sebagai Intervening Variibel (Studi Kasus Pada Tenaga Penjual PT. Indo Sunmotor Gemilang Semarang).....	39
Gambar 2.10 Kerangka konseptual Analisis Faktor-Faktor Yang Menentukan Kinerja Selling-In Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi kasus pada CV. Cahaya Mulia Lestari Semarang).....	40
Gambar 2.11 Kerangka Pemikiran .....	89
Gambar 4.1 Status Pekerjaan Responden .....	114
Gambar 4.2 Masa Kerja Responden.....	115
Gambar 4.3 Jenis Kelamin Responden.....	116
Gambar 4.4 Umur Responden .....	117
Gambar 4.5 Pendidikan Terakhir Responden.....	118
Gambar 4.6 Outer Model.....	132
Gambar 4.7 <i>Inner Model</i> .....	141



## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja tenaga penjual untuk meningkatkan kinerja pemasaran pada Bank Danamon Cluster Surabaya 2. Penelitian ini berjenis kuantitatif kausal dengan variabel bebas terdiri dari kualitas desain wilayah penjualan, tingkat pengalaman menjual, perilaku tenaga penjualan, perencanaan penyesuaian penjualan, dan peran supervisor; variabel intervening terdiri dari satu variabel, yaitu kinerja tenaga penjualan, dan variabel terikatnya adalah kinerja pemasaran.

Pengumpulan data penelitian dilakukan menggunakan kuesioner yang disebar ke sampel penelitian yang terdiri dari 52 orang *Account Officer* dari Bank Danamon Cluster Surabaya 2 per Desember 2015 dengan umur kerja antara 6-12 bulan dan lebih dari 1 tahun. Data yang didapatkan kemudian dianalisis menggunakan *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji sembilan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas desain wilayah penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap efektivitas kegiatan tenaga penjualan; tingkat pengalaman menjual berpengaruh positif signifikan terhadap kompetensi teknik tenaga penjual; kompetensi teknik tenaga penjual berpengaruh positif signifikan terhadap efektivitas kegiatan tenaga penjual; kompetensi teknik tenaga penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja tenaga penjual; efektivitas kegiatan tenaga penjual berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja tenaga penjual; perilaku tenaga penjual berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja tenaga penjual; perencanaan dan penyesuaian pendekatan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja tenaga penjual; peran supervisor berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja tenaga penjual; dan kinerja tenaga penjual berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran.

**Kata kunci : Kinerja tenaga penjual, Kinerja pemasaran.**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to analyze the factors that affecting sales persons performance to increase marketing performance of Danamon Bank of Surabaya 2 Cluster. This research is categorized as causal quantitative research with dependent variables consisted of sales territory design quality, level of selling experience, the behavior of salesperson, sales adjustment planning, and the role of supervisors; intervening variable consisted of one variable, namely the performance of the sales person, and the dependent variable is the marketing performance.*

*The data collection is conducted using questionnaires distributed to the samples of the study consisted of 52 people of Accounts Officer of the Bank Danamon of Surabaya 2 Cluster per December 2015, with the working age between 6-12 months and more than 1 year. The data obtained were analyzed using Partial Least Square (PLS) to test the nine hypothesis proposed in this study.*

*The findings show that the quality of sales territories design has significant positive effect on the effectiveness of the activities of the sales person; level selling experience has significant positive effect on the technical competence of the salesperson; engineering competencies of salesperson has significant positive effect on the effectiveness of the activities of the salesperson; engineering competencies of salesperson has significant positive effect on the performance of the salesperson; the effectiveness of the activities of salesperson has significant positive effect on the performance of the salesperson; the behavior of salesperson has significant positive effect on the performance of the salesperson; planning and adjustment of the sales approach has significant positive effect on the performance of the salesperson; the role of supervisor has significant positive effect on the performance of the salesperson; and the performance of the salesperson has significant positive effect on the marketing performance.*

**Keyword: Performance of sales persons , Marketing performance.**