

**PENGARUH PENGALAMAN MENJUAL, KOMPETENSI
MENJUAL DAN KUALITAS HUBUNGAN UNTUK
MENINGKATKAN KINERJA TENAGA PENJUALAN**

(STUDI PADA TENAGA PENJUALAN SMARTPHONE KOTA SEMARANG)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika Dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

Ester Hilery Simarmata

NIM: 12010114120101

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2018**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Ester Hilery Simarmata

Nomor Induk Mahasiswa : 12010114120101

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Usulan Skripsi : **PENGARUH PENGALAMAN MENJUAL,
KOMPETENSI MENJUAL DAN KUALITAS
HUBUNGAN UNTUK MENINGKATKAN
KINERJA TENAGA PENJUALAN (STUDI PADA
TENAGA PENJUALAN SMARTPHONE KOTA SEMARANG)**

Dosen Pembimbing : Drs. H. Mudiantono, M.Sc.

Semarang, 31 Mei 2018

Dosen Pembimbing,



Drs. H. Mudiantono, M.Sc

NIP.195512291982031003

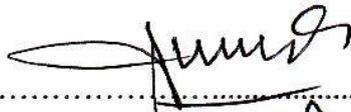
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Ester Hilery Simarmata
Nomor Induk Mahasiswa : 12010114120101
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGALAMAN MENJUAL,
KOMPETENSI MENJUAL DAN KUALITAS
HUBUNGAN UNTUK MENINGKATKAN
KINERJA TENAGA PENJUALAN (STUDI
PADA TENAGA PENJUALAN SMARTPHONE KOTA
SEMARANG)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 21 Juni 2018

Dosen Penguji:

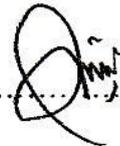
1. Drs. H. Mudiantono, M.Sc

()

2. Drs. Bambang Munas, MM

()

3. Rizal Hari Magnadi, SE, MM

()

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Ester Hilery Simarmata , menyatakan bahwa skripsi dengan judul: PENGARUH PENGALAMAN MENJUAL, KOMPETENSI MENJUAL DAN KUALITAS HUBUNGAN UNTUK MENINGKATKAN KINERJA TENAGA PENJUALAN (STUDI PADA TENAGA PENJUALAN SMARTPHONE KOTA SEMARANG) adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 31 Mei 2018

Yang membuat pernyataan



Ester Hilery Simarmata

NIM : 12010114120101

Motto dan Persembahan

(Amsal 3: 5)

“ Percayalah kepada TUHAN dengan segenap hatimu, dan janganlah bersandar kepada pengertian sendiri.

(Brian Tracy)

Setiap pengalaman dalam hidup Anda adalah untuk mengajarkan sesuatu yang perlu Anda ketahui untuk maju

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Tuhan Yesus Kristus Juruslamat hidupku, keluargaku terkasih yang menjadi motivasi terbesarku menyelesaikan perkuliahan dengan baik . Bapakku Mangara Simarmata dan Mamaku Ani Rahmawati yang selalu memberi kasih sayang yang tulus, perhatian, dan nasehat serta arahan- arahan dalam semua aktivitas hidupku.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman menjual, kompetensi menjual, kualitas hubungan terhadap peningkatan kinerja tenaga penjualan. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah tenaga penjualan *smartphone* kota Semarang yang minimal sudah bekerja sebagai tenaga penjualan selama 2 bulan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 110 responden. Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman menjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas hubungan, kompetensi menjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas hubungan, pengalaman menjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi menjual, pengalaman menjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan, kompetensi menjual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan, dan kualitas hubungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja tenaga penjualan.

Kata kunci: Pengalaman menjual, kompetensi menjual, kualitas hubungan, kinerja tenaga penjualan.

ABSTRACT

The purpose of this study to analyze the effect of selling experience, selling competence, quality of relationship to the increase of sales person's performance. The population used in this study is the sales force smartphone Semarang city that has been working as a sales force for 2 months. The number of samples used in this study as many as 110 respondents. The method of data collection conducted through questionnaires. This research uses Structural Equation Modeling (SEM) analysis using AMOS 22.0 analysis tool.

The result show that the selling experience has a positive and significant effect on the quality of the relationship, the selling competence has a positive and significant effect on the quality of the relationship , the selling experience has a positive and significant effect on the selling competence, and significant influence on sales performance, and the quality of the relationship has a positive and significant effect on the salespersons performance.

Keywords: Selling Experience, Selling Competence, Quality of Relationship, Salesperson's Performance

KATA PENGANTAR

Puji Nama Tuhan,

Segala hormat, puji dan syukur serta kemuliaan dipanjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus untuk kasih-Nya yang sempurna dan tak berkesudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan penuh ucapan syukur. Penulisan skripsi dengan judul “ Pengaruh Pengalaman Menjual, Kompetensi Menjual dan Kualitas Hubungan untuk Meningkatkan Kinerja Tenaga Penjualan Pada Tenaga Penjualan *Smartphone* Kota Semarang” ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro. Bersamaan dengan ini, skripsi ini tidak selesai tanpa doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Suharnomo S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah banyak memberikan motivasi, bimbingan, serta semangat secara tidak langsung selama proses belajar mengajar di Kampus FEB UNDIP.
2. Drs. H. Mudiantono, M.Sc, selaku dosen pembimbing yang memberi arahan dan yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan dukungan, motivasi dan bimbingan selama proses pengerjaan skripsi.
3. Dra. Amie Kusumawardhani Msc, PhD selaku dosen wali atas perhatian, bimbingan dan nasehat selama proses perkuliahan

4. Dr. Harjum Muharam dan Dr. Mahfudz, SE., MT, selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro
5. Segenap dosen dan staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan kepada selama penulis menjalani perkuliahan
6. Keluargaku Mangara Simarmata, Ani Rahmawati Valentinus Simarmata, Rade Hudson Simarmata yang selalu memberi kasih sayang, dukungan, doa, memberikan topangan, nasehat, dan selalu mengingatkan untuk selalu semangat pantang menyerah dan berserah kepada Tuhan
7. Segenap responden (tenaga penjualan *smartphone* kota Semarang) yang membantu peneliti untuk memperoleh data- data yang dibutuhkan.
8. Sahabat- sahabat Amazing Pioneers Darwis Siahaan, Noah Alfian, Agnes Maryta, Veny Yenti, Daniel Pasaribu, Rista Gultom, Kesia Giovani, Marsalia Intan, Maria Pasaribu, Andika Tarigan yang bukan sekedar teman sepeyanaan namun menjadi keluarga yang memberikan semangat serta dukungan
9. Adik- adik Litbang PMK FEB UNDIP Darwis Hutabarat, Farina Tarigan, Mariana Lumban Gaol, Jelita Safitri yang sudah menjadi adik- adik yang menundukung kedewasaan penulis serta menjadi teman dalam pelayanan.
10. KESMA PMK FEB 2017 Samson Asian, Heru Tupang, Sellyna Sihite, Jessica Theresia yang mendukung satu sama lain selama perkuliahan.
11. Kakak- kakak The Disciples yang memberi semangat Rendi Octorio, Jessica Theresia, Octrine Simatupang, Samson Asian, Jessica Sitepu, Irviona, Sri Sinurat, Margareth Sihombing, Christy , Yohanes Lorens

12. Keseluruhan dari The Harvesters yang memberi banyak pelajaran berharga selama perkuliahan dan pelayanan.
13. Sahabat- sahabat Iin kost Maria Pasaribu, Riniati Tobing, Hanna Sitompul yang sudah seperti keluarga di Semarang
14. Teman- teman yang membantu proses belajar selama penyusunan skripsi Darwis Siahaan, Emil Julius, Last Beauty, Stephani Dipanala, Kristella Tarigan, Oktavia Dyah, Erina Permata.
15. Kakak- kakak yang selalu mengingatkan untuk menyelesaikan skripsi dan mensupport secara mental Cyntia Esterlina Sihombing, Rizki Butar- butar, Lilis Situmorang.
16. Teman- teman satu bimbingan Iqbal Muftiasa, Randy Mahendra dan lainnya yang menjadi teman bertukar pikiran dan diskusi mengenai skripsi.
17. Teman- teman KKN Gumawang Bergoyang Della Olivia, Arinda Nasution, Mella, Yobelta, Faisal, Khozainul, Rahma yang mewarnai yang memberi kesan tersendiri bagi penulis.
18. Kakak Komcil Ludya yang dengan sukacita memberi dukungan dan doa serta memberi nasihat kepada penulis serta Komcil Princess (Veny, Agnes, Maria, Kesia)
19. Adik-adik Komcil yang memberi semangat Della Gintingsuka, Kinanti Cahyani/ Kiky
20. Seluruh PMKers FEB UNDIP khususnya PMK 2014

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari referensi, pengalaman dan pengetahuan dari penulis dalam pembuatan penelitian ini. Oleh karena itu

dimohon adanya kritik dan saran terhadap penelitian ini agar kiranya penelitian ini dapat secara maksimal bermanfaat bagi siapapun kiranya kelak penelitian ini bisa berguna bagi siapapun yang ingin memanfaatkannya.

Semarang, 04 Juni 2018



Ester Hilery Simarmata

NIM 12010114120101

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
Motto dan Persembahan	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Telaah Pustaka.....	10
2.1.1 Pengalaman Menjual.....	10
2.1.2 Kompetensi Menjual	12
2.1.3 Kualitas Hubungan.....	13
2.1.4 Kinerja Tenaga Penjualan	14
2.2 Penguat Hubungan Antar Variabel.....	16
2.2.1 Pengaruh Pengalaman Menjual terhadap Kualitas Hubungan	16
2.2.2 Pengaruh Kompetensi Menjual terhadap Kualitas Hubungan.....	19
2.2.3 Pengaruh Pengalaman Menjual terhadap Kompetensi Menjual	20
2.2.4 Pengaruh Pengalaman Menjual terhadap Kinerja Tenaga Penjualan	20

2.2.5	Pengaruh Kompetensi Menjual terhadap Kinerja Tenaga Penjualan	21
2.2.6	Pengaruh Kualitas Hubungan terhadap Kinerja Tenaga Penjualan ...	22
2.3.	Penelitian Terdahulu.....	23
2.4	Kerangka Pemikiran	26
2.5	Hipotesis	27
BAB III.....		29
METODE PENELITIAN		29
3.1	Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Variabel.....	29
3.1.1	Variabel Penelitian	29
3.1.2	Definisi Operasional	30
3.2.	Penentuan Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1.	Populasi.....	33
3.2.2	Sampel	33
3.3.	Jenis dan Sumber Data	35
3.3.1.	Data Primer	35
3.3.2	Data Sekunder.....	35
3.4	Metode Pengumpulan Data	35
3.4.1	Survei	35
3.5	Metode Analisis Data	36
3.6.	Uji Reliability dan Variance Extract	42
3.6.1	Uji Reliability.....	42
3.6.2	Variance Extract	43
3.6.3	Struktural Model Fit.....	43
3.6.4	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	44
BAB IV		45
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Deskripsi objek penelitian	45
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Lama Bekerja Sebagai Tenaga Penjual <i>Smartphone</i>	47
4.2	Hasil Analisis	48

4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian	48
4.3 Proses dan Analisis Data	59
4.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	59
4.3.2 Uji Normalitas Data	64
4.3.3 Uji Outlier.....	65
4.3.4 Quality Data Testing	67
4.2.3 Uji Hipotesis	70
4.4 Pembahasan	72
4.4.1 Pengaruh pengalaman menjual terhadap kompetensi menjual.....	72
4.4.2 Pengaruh pengalaman menjual terhadap kualitas hubungan	73
4.4.3 Pengaruh kualitas hubungan terhadap kinerja tenaga penjual.....	74
4.4.4 Pengaruh kompetensi menjual terhadap kinerja tenaga penjual.....	75
4.4.5 Pengaruh kompetensi menjual terhadap kualitas hubungan	75
4.4.6 Pengaruh pengalaman menjual terhadap kinerja tenaga penjual	76
BAB V.....	77
PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Implikasi Teoritis	78
5.3 Implikasi Manajerial.....	80
5.4 Batasan Penelitian	81
5.5 Saran untuk penelitian masa mendatang	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Smartphone di Seluruh Dunia	5
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
Tabel 4.1 Usia Responden	46
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.3 Lama Waktu Kerja Responden	47
Tabel 4.4 Angka Indeks Variabel Pengalaman Menjual	50
Tabel 4.5 Deskripsi Indeks Pengalaman Menjual	51
Tabel 4.6 Angka Indeks Variabel Kompetensi Menjual	53
Tabel 4.7 Deskripsi Indeks Kompetensi Menjual	54
Tabel 4.8 Angka Indeks Variabel Kualitas Hubungan	55
Tabel 4.9 Deskripsi Indeks Kualitas Hubungan	56
Tabel 4.10 Angka Indeks Variabel Kinerja Tenaga Penjualan	58
Tabel 4.11 Deskripsi Indeks Kinerja Tenaga Penjualan	58
Tabel 4.12 Goodness of Fit Test of Variable	61
Tabel 4.13 Regression Weight	62
Tabel 4.14 Regression Weight	64
Tabel 4.15 Uji Normalitas Data	65
Tabel 4.16 Tabel Mahalanombis Distance	66
Tabel 4.17 Validity Test Regression Weight	67
Tabel 4.18 Calculation of Construct Reliability and Variance Extracted	69
Tabel 4.19 Regression Weight Structural Equation	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Smartphone di Indonesia	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	27
Gambar 3.1 The Structural Equation Model	39
Gambar 4.1 Full Construct	60

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN	86
LAMPIRAN B HASIL KUESIONER	96
LAMPIRAN C HASIL SEM AMOS.....	100

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin ketatnya persaingan antar perusahaan, mengharuskan suatu perusahaan untuk melakukan perubahan- perubahan dalam sistem manajemen maupun terhadap pelayanan terhadap konsumen. Suatu perusahaan harus menempatkan konsumen sebagai aset yang sangat berharga, karena dalam kenyataannya tidak ada satupun organisasi , ataupun perusahaan, yang akan mampu bertahan hidup bila ditinggalkan pelanggannya. (Boles, et, al., 2001) membenarkan bahwa interaksi antara penjual dengan pelanggan adalah elemen yang sangat penting. Sumber daya manusia yang berkualitas merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk meningkatkan keberhasilan perusahaan. Dalam pencapaian tujuan perusahaan, tenaga penjualan memiliki peran yang cukup penting sebagai salah satu sumber daya manusia di perusahaan. Dalam menunjang keberhasilan, perusahaan menerapkan kegiatan manajemen untuk tenaga penjualan. Hal tersebut dilakukan dikarenakan tenaga penjualan merupakan bagian penting dari manajemen pemasaran. Cara kerja dari tenaga penjualan dapat menunjukkan dampak besar bagi keberhasilan suatu perusahaan. Dikarenakan salah satu bidang yang berpengaruh bagi suatu perusahaan adalah adanya seorang tenaga penjual yang kesehariannya berinteraksi dengan konsumen. Keefektifan kegiatan tenaga penjualan ditentukan oleh hal- hal yang bisa dikendalikan oleh individu setiap tenaga penjual. Efektivitas interaksi antara pelanggan dengan tenaga penjualan

merupakan hal yang harus terjalin dengan baik dikarenakan hubungan tersebut menjadi peran inti dalam pencapaian tujuan strategi suatu perusahaan. Pendapat (Aprianti, 2003) menyatakan bahwa hasil aktivitas yang ditunjukkan oleh tenaga penjualan membentuk kinerja tenaga penjualan. Dewasa ini tenaga penjualan harus menjadi prioritas bagi manajer penjualan di setiap perusahaan dikarenakan kualitas seorang tenaga penjualan serta kinerja adalah pokok permasalahan dalam manajemen tenaga penjualan.

Kinerja perusahaan sering dikaitkan dengan keberhasilan dan kegagalan suatu perusahaan dalam meraih tujuan pokok perusahaan, diantaranya adalah memperoleh laba, meningkatkan jumlah penjualan, dan mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan. Penurunan kinerja merupakan pertanda buruk bagi setiap perusahaan. Penelitian Baldauf, et. al., (2001), keefektifan kinerja tenaga penjualan salah satunya ditentukan oleh kualitas kinerja tenaga penjualan yang ditunjukkan sebagai hasil evaluasi keseluruhan dari *outcome* suatu perusahaan.

Salah satu dari persaingan yang sangat ketat bisa terlihat pada produk *handphone* atau telepon seluler saat ini yang semakin marak di pasaran. *Handphone* merupakan suatu kebutuhan utama bagi masyarakat di dunia dan Indonesia saat ini, sehingga keseharian masyarakat tidak bisa terlepas dari yang namanya *handphone*. Perkembangan dunia teknologi yang semakin maju membuat semakin maraknya produksi *handphone* dengan spesifikasi tertentu. Saat ini di dunia terkhusus Indonesia sedang marak *handphone* dengan fitur *Smartphone* dan sudah dirancang sedemikian rupa dengan penerapan teknologi yang canggih . Saat

ini tercatat 40 persen populasi di Indonesia memiliki *smartphone*. Laporan eMarketer menyebutkan, pengguna *smartphone* di Indonesia akan tumbuh hingga tahun 2019 mendatang, yakni dari 55 juta pengguna di 2015 menjadi 92 juta pengguna di tahun 2019. Saat ini Indonesia telah berhasil berada di peringkat ketiga pasar *smartphone* terbesar di Asia Pasifik, setelah China dan India. Data berikut menunjukkan jumlah pengguna *smartphone* aktif di Indonesia

Gambar 1.1
Jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia



Sumber: eMarketer

Dalam gambar 1.1 menunjukkan setiap tahunnya pengguna *smartphone* di Indonesia semakin meningkat dan diperkirakan tahun 2018 mencapai 103 juta pengguna. Dewasa ini dengan adanya kemajuan alat teknologi dan komunikasi yang cepat mempengaruhi pola pikir konsumen menjadi lebih kritis dalam membeli

produk yang mereka butuhkan. Sehingga ini merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan perusahaan serta menjadi salah satu yang harus ditanggulangi perusahaan dalam membuat serta mengembangkan produk *smartphone* terbaik serta memperkenalkannya ke masyarakat supaya menjadi produk pilihan dari konsumen. Terlebih untuk sekarang ini perusahaan memiliki banyak perusahaan pesaing dengan inovasi baru dan brand terbaru pula. Perusahaan dituntut semakin gencar dalam mengembangkan produknya serta mempromosikannya agar dikenal oleh masyarakat. Dilansir dari KOMPAS.com selama ini penjualan *smartphone* di seluruh dunia termasuk salah satunya Indonesia mengalami peningkatan tiap tahunnya, tapi pertumbuhannya perlahan melambat. Hingga kemudian, Gartner yang merupakan salah satu firma riset menemukan adanya penurunan di pasaran *smartphone* yang tercatat pada kuartal-IV 2017 lalu.

Sejak Gartner memulai analisisnya pada tahun 2004 hal tersebut merupakan pertama kalinya penjualan *smartphone* global mengalami penurunan. Penjualan global *smartphone* tercatat mengalami penurunan pada kuartal –IV 2017 sebanyak 5,6 persen dengan total penjualan di kisaran 407 juta unit. Dibandingkan periode sebelumnya, penjualan *smatphone* mampu mencapai 432 juta unit. Menurut Anshul Gupta Riset Gartner (Dalam Kompas.com) mengemukakan ada dua alasan terjadinya penurunan. Pertama, spesifikasi yang disediakan pada *smartphone* mengalami penurunan pada pengembangannya. Para pemilik *feature phone* pun tidak mau beralih. Alasan kedua adalah banyak konsumen yang memilih untuk tidak mengganti *smartphone* miliknya serta merasa tidak membutuhkan *smartphone* baru.

Meskipun saat ini banyak perusahaan yang mengeluarkan *smartphone* kelas atas dengan harga yang cukup tinggi, baik dari segi spesifikasi. Namun konsumen memandang tak terlalu terlihat perubahan dari *smartphone* sebelumnya dengan yang terbaru. Hal tersebut terjadi kepada konsumen dapat dikarenakan kurang mengetahui spesifikasi produk *smartphone* yang akan dikeluarkan suatu perusahaan. Penurunan penjualan ini terjadi mungkin saja diakibatkan adanya kemerosotan dari kinerja tenaga penjualan yang kurang aktif untuk mengkomunikasikan serta menerangkan mengenai spesifikasi produk terhadap konsumen.

Kota Semarang merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki tingkat penggunaan *Smartphone* cukup tinggi di Indonesia, bisa dilihat dari data pengguna *mobile internet indonesia* yang diteliti oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang melakukan survei pada penetrasi penggunaan internet Semarang berdasarkan penggunaan perangkat yang digunakan, dari survei yang APJII lakukan *smartphone* memiliki 70,96 % alat perangkat yang digunakan untuk mengakses internet. Penggunaan *smartphone* yang cukup banyak digunakan oleh penduduk Semarang bukan berarti perusahaan *smartphone* selalu mengalami kenaikan penjualan setiap saat. *Smartphone* di kota Semarang dikuasai dua toko *handphone* ternama yaitu Sinar Mas Celluler yang memiliki 28 counter di kota Semarang dan SMS Shop yang memiliki 18 counter di Semarang.

Kedua toko *Smartphone* tersebut tersebar di kota Semarang khususnya Plaza Mall Simpang Lima dan pusat penjual *smartphone* jalan tlogosari yang menjadi pusat penjualan *smartphone* di Semarang.

Tabel 1.1
Penjualan Smartphone di Semarang
2017

Vendor	2017				2016			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
	(Unit)	(Unit)	(Unit)	(Unit)	(Unit)	(Unit)	(Unit)	(Unit)
Samsung	65689	67645	74935	71877	68658	70634	71856	72368
Apple	9707	9899	11952	9867	10856	10746	11678	11534
Xiaomi	15052	15184	13586	16951	13400	13650	14670	14750
Oppo	71296	43516	54535	66642	72345	70456	71770	73400
Others	4239	4273	4929	4205	4300	4250	4370	4780
Total	635979 unit				690471 Unit			

Sumber : Sinar Mas Celluler & Sms Shop 2017

Dari data tabel diatas dapat dilihat terjadinya penurunan penjualan pada tahun 2017 kuartal keempat. Penurunan penjualan smartphone tersebut sudah seharusnya menjadi perhatian perusahaan walaupun belum mengalami penurunan yang drastis setiap periodenya. Perusahaan sudah seharusnya melakukan inovasi pada produk *smartphone* maupun pelayanan yang diberikan terhadap konsumen agar penurunan yang terjadi pada kuartal keempat tahun 2017 tidak terjadi untuk tahun-tahun selanjutnya. Beberapa faktor dapat mempengaruhi kinerja seorang tenaga penjualan. Seperti pengalaman menjual, kompetensi menjual dan kualitas hubungan

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan adanya masalah penurunan penjualan yang diuraikan di atas, menunjukkan kondisi *smartphone* di Indonesia . Dari uraian serta data yang ditunjukkan sebelumnya, diketahui hasil penjualan *Smartphone* di Indonesia mengalami penurunan yaitu pada tahun 2017. Dari angka penurunan jumlah penjualan *Smartphone* di Indonesia memunculkan dan keadaan yang sudah seharusnya menjadi fokus agar segera dilakukan penanganan dari perusahaan. Dengan itu dapat dirumuskan yang menjadi masalah penelitian yaitu meliputi hal-hal yang bisa membuat peningkatan pada kinerja tenaga penjualan . Dari uraian masalah penelitian itulah muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah pengalaman menjual seorang tenaga penjual mempunyai pengaruh terhadap kualitas hubungan tenaga penjual dengan konsumen ?
2. Apakah kompetensi menjual seorang tenaga penjualan mempunyai pengaruh terhadap kualitas hubungan tenaga penjualan dengan konsumen ?
3. Apakah pengalaman menjual seorang tenaga penjualan mempunyai pengaruh terhadap kompetensi menjual seorang tenaga penjualan ?
4. Apakah pengalaman menjual seorang tenaga penjualan mempunyai pengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan ?
5. Apakah kompetensi menjual seorang tenaga penjualan mempunyai pengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan ?
6. Apakah kualitas hubungan tenaga penjualan dengan konsumen mempunyai pengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk melakukan analisis pengaruh dari pengalaman menjual seorang tenaga penjual terhadap kualitas hubungan tenaga penjual dengan konsumen.
2. Untuk menganalisis pengaruh dari kompetensi menjual seorang tenaga penjual terhadap kualitas hubungan tenaga penjual dengan konsumen.
3. Untuk melakukan analisis pengaruh dari pengalaman menjual seorang tenaga penjual terhadap kompetensi menjual seorang tenaga penjual.
4. Untuk melakukan analisis pengaruh dari pengalaman menjual seorang tenaga penjual terhadap kinerja tenaga penjual.
5. Untuk melakukan analisis pengaruh dari kompetensi menjual seorang tenaga penjual terhadap kinerja tenaga penjual.
6. Untuk melakukan analisis pengaruh dari kualitas hubungan tenaga penjual dengan konsumen terhadap kinerja tenaga penjual .

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini bisa memberikan pandangan bagi perusahaan untuk menjadi lebih baik. Perusahaan dapat menjadikannya sebagai bahan masukan serta dapat dijadikan pertimbangan dalam meningkatkan kinerja tenaga penjual *Smartphone* daerah kota Semarang.

2. Bagi Penulis

Untuk mengaplikasikan pelajaran serta pengetahuan yang didapatkan selama di perkuliahan dibandingkan dengan keadaan yang dialami perusahaan atau organisasi serta sebagai peluang untuk menambah pengetahuan dan ilmu serta pandangan di bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi Pembaca

Untuk menambah ilmu serta memberikan informasi bagi seluruh kalangan pembaca mengenai ilmu pemasaran serta menjadi salah satu pandangan untuk masa yang akan datang bagi siapapun yang akan melakukan penelitian lanjutan.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini disusun kedalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab I berisikan latar belakang masalah , perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab II isinya berkaitan landasan teori dari variabel- variabel penelitian diantaranya pengalaman menjual, kompetensi menjual, kualitas hubungan terhadap kinerja tenaga penjualan dan model penelitian serta penelitian- penelitian terdahulu

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab III ini berisi penjabaran dari variabel- variabel penelitian, penetapan sampel penelitian, jenis serta sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV ini berisi hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti yang akan membahas hasil yang didapatkan dari penelitian .

BAB V: PENUTUP

Bab V ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi Teoritis maupun implikasi manajerial, keterbatasan dalam melakukan penelitian serta agenda penelitian yang dapat menjadi acuan atau masukan bagi penelitian di masa yang akan datang.