

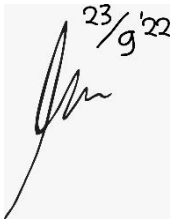
PENERAPAN *DIRECT MARKETING* DALAM PENJUALAN PRODUK DI CV MY CREATIVE YOGYAKARTA

Syahril Nur Arifin

Abstrak

CV My Creative Yogyakarta adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang percetakan. Media sosial terutama instagram kini berkembang juga menjadi platform berbisnis. Pelaku usaha memanfaatkan media sosial untuk membaca pasar serta mengembangkan usahanya. Demikian juga CV My Creative memanfaatkan media sosial instagram untuk kegiatan *marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *direct marketing* dalam penjualan produk di CV My Creative Yogyakarta. *Direct Marketing* memiliki 3 indikator yaitu *direct mail*, *telemarketing*, dan *face to face selling*. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan observasi, wawancara, serta kuesioner yang disebar ke konsumen CV My Creative Yogyakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 responden dengan menggunakan sampel jenuh. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas dan *mean* aritmatik. Dari hasil *mean* aritmatik, variabel *direct marketing* memiliki rata-rata hitung sebesar 2,92 dalam kategori setuju. Rata-rata hitung tertinggi sebesar 2,99 terdapat pada indikator *direct mail*, sedangkan rata-rata hitung terendah sebesar 2,81 terdapat pada indikator *face to face selling*.

Kata Kunci : *Direct Marketing, Penjualan Produk*



**IMPLEMENTATION OF DIRECT MARKETING IN PRODUCT SALES
AT CV MY CREATIVE YOGYAKARTA**

Syahril Nur Arifin

Abstract

CV My Creative Yogyakarta is a company engaged in the printing sector. Social media, especially Instagram, is now developing into a business platform. Business actors use social media to read the market and develop their business. Likewise, CV My Creative utilizes Instagram social media for marketing activities. This study aims to determine the application of direct marketing in product sales at CV My Creative Yogyakarta. Direct Marketing has 3 indicators including direct mail, telemarketing, and face to face selling. This study uses primary data obtained by observation, interviews, and questionnaires distributed to consumers of CV My Creative Yogyakarta. The sample used in this study amounted to 50 respondents using a saturated sample. Data analysis was carried out by testing validity, reliability testing, and arithmetic mean. From the results of the arithmetic mean, the direct marketing variable has an average count of 2.92 in the agree category. The highest arithmetic average of 2.99 is found in the direct mail indicator, while the lowest arithmetic average of 2.81 is found in the face to face selling indicator.

Keyword : Direct Marketing, Product Sales