

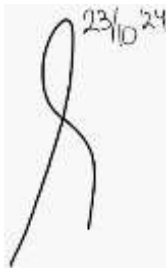
ANALISIS PENERAPAN *DIRECT SELLING* PADA GRAND MALIOBORO HOTEL YOGYAKARTA

Hanif Endar Tri Subekti

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *direct selling* pada Grand Malioboro Hotel Yogyakarta. *Direct selling* memiliki 4 indikator yaitu kemampuan komunikasi, pengetahuan produk, kreativitas, dan empati. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan jumlah 100 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, *arithmetic mean*. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS. Dari hasil *arithmetic mean* indikator Kemampuan komunikasi hasil rata-rata sebesar 3,39 yang berarti sangat setuju, artinya pengunjung sangat setuju dengan kemampuan komunikasi karyawan perusahaan, indikator pengetahuan produk memperoleh hasil rata-rata sebesar 3,05 yang berarti setuju, artinya pengunjung setuju dengan pengetahuan produk perusahaan, indikator kreativitas memperoleh hasil rata-rata sebesar 3,19 yang berarti setuju, artinya pengunjung setuju atas kreativitas karyawan perusahaan, indikator empati memperoleh hasil rata-rata sebesar 3,13 yang berarti setuju, artinya pengunjung setuju atas empati yang diberikan perusahaan.

Kata Kunci: *Direct Selling, Hotel*



23/10/24

ANALYSIS ON IMPLEMENTATING DIRECT SELLING AT GRAND MALIOBORO HOTEL YOGYAKARTA

Hanif Endar Tri Subekti

Abstract

This research aims to analyze the application of direct selling at the Grand Malioboro Hotel in Yogyakarta. Direct selling is assessed through four indicators: communication skills, product knowledge, creativity, and empathy. This study employs a quantitative research design, with a total of 100 respondents. Data analysis includes validity tests, reliability tests, and the calculation of the arithmetic mean, utilizing SPSS software. The results of the arithmetic mean for the communication skills indicator yielded an average score of 3.39, indicating a strong agreement among respondents regarding the communication abilities of the hotel staff. The product knowledge indicator achieved an average score of 3.05, reflecting general agreement among visitors concerning the staff's knowledge of the company's products. The creativity indicator recorded an average score of 3.19, suggesting that visitors agree with the creativity demonstrated by the hotel's employees. Finally, the empathy indicator obtained an average score of 3.13, indicating that visitors agree with the level of empathy exhibited by the company.

Keywords: Direct Selling, Hotel