

ANALISIS PENERAPAN *DIRECT MARKETING* DI PT SPORT GLOVE INDONESIA (SGI) KABUPATEN SLEMAN D.I. YOGYAKARTA

Nafi' Khoiruddin

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di PT Sport Glove Indonesia (SGI) Kabupaten Sleman D.I. Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan *direct marketing* yang telah diterapkan oleh PT. Sport Glove Indonesia (SGI). *Direct marketing* merupakan salah satu bauran komunikasi pemasaran dengan menggunakan saluran langsung sebagai metode penyampaiannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode perolehan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner dan wawancara. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Uji yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan uji *arithmetic mean*. Berdasarkan dari pengolahan data kuosioner dengan 30 responden menggunakan uji *arithmetic mean* dengan pengukuran skala *likert*, diketahui hasil uji *arithmetic mean* pada variabel *direct marketing* mendapatkan nilai 3,17 yang berada pada kategori setuju, artinya responden menyetujui penerapan *direct marketing* di PT. Sport Glove Indonesia (SGI) Kabupaten Sleman D.I. Yogyakarta.

Kata Kunci: *Direct Marketing*



ANALYSIS OF DIRECT MARKETING IMPLEMENTATION AT PT SPORT GLOVE INDONESIA (SGI) KABUPATEN SLEMAN D.I.YOGYAKARTA

Nafi' Khoiruddin

Abstract

This research was conducted at PT Sport Glove Indonesia (SGI) Sleman Regency D.I. Yogyakarta. The purpose of this study was to determine the implementation of direct marketing that has been implemented by PT. Sport Glove Indonesia (SGI). Direct marketing is one of the marketing communication mixes using direct channels as a method of delivery. The method used in this research is descriptive research method with a quantitative approach. The data used in this study are primary data and secondary data. The method of data acquisition in this study used the questionnaire and interview methods. The sampling method used is non probability sampling using purposive sampling. The tests carried out in this study were validity tests, reliability tests, and arithmetic mean tests. Based on the processing of the questionnaire data with 30 respondents using the arithmetic mean test with a Likert scale measurement, it is known that the arithmetic mean test results on the direct marketing variable get a value of 3.17 which is in the agree category, it means that respondents agree to the implementation of direct marketing at PT. Sport Glove Indonesia (SGI) Sleman Regency D.I. Yogyakarta.

Keyword: Direct Marketing