

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of direct marketing and public relations on the sales level of Jaya Jember Ducks Salted Eggs. This type of research is quantitative research and data collection techniques using observation, interviews and questionnaires to 63 respondents with census techniques. The analytical tools used in this research are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, T test, and R2 test. The results of testing the first hypothesis (H1) show that there is a significant influence between direct marketing on the level of sales with a significance level of 0.008 ($p < 0.05$) for the second hypothesis (H2) which shows that there is a significant influence between public relations and sales levels the significance level is 0.000 ($p < 0.05$). Thus it can be concluded that the independent variables (X_1, X_2) together have a significant effect on the dependent variable (Y) the level of sales of the Jaya Jember Ducks Salted Eggs.

Keywords : Direct Marketing, Public Relations and Sales Rates.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran langsung dan hubungan masyarakat terhadap tingkat penjualan Telur Asin Itik Jaya Jember. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 63 responden dengan teknik sensus. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji T, dan uji R^2 . Hasil pengujian hipotesis pertama (H_1) menunjukkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara pemasaran langsung terhadap tingkat penjualan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,008 ($p < 0,05$) untuk hipotesis kedua (H_2) menunjukkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara hubungan masyarakat terhadap tingkat penjualan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (X_1, X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y) tingkat penjualan pada Telur Asin Itik Jaya Jember.

Kata Kunci: Pemasaran Langsung, Hubungan Masyarakat dan Tingkat Penjualan.