

ABSTRAK

Zahrotun Ni'mah, NIM. 1820210172, Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Tingkat Pendapatan Pada UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Desa Kedungsari)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *digital marketing* terhadap tingkat pendapatan pada UMKM Desa Kedungsari, untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap tingkat pendapatan pada UMKM Desa Kedungsari, untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap tingkat pendapatan Pada UMKM Desa Kedungsari serta untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara *digital marketing*, kualitas produk, dan harga terhadap tingkat pendapatan pada UMKM Desa Kedungsari.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *purposive sampling* (non probabilitas) guna mengasalkan sampel secara logis dapat mewakili populasi sehingga diperoleh 70 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara serta dokumentasi dan teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji parsial, uji simultan, koefisien determinasi serta pengujian hipotesis.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *digital marketing* terhadap tingkat pendapatan pada UMKM Desa Kedungsari dengan nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} ($1,947 > 1,668$). Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap tingkat pendapatan pada UMKM Desa Kedungsari dengan nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} ($2,715 > 1,668$). Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap tingkat pendapatan pada UMKM Desa Kedungsari dengan nilai t_{hitung} lebih kecil daripada t_{tabel} ($1,612 < 1,668$), serta terdapat pengaruh antara *digital marketing*, kualitas produk, dan harga terhadap tingkat pendapatan pada UMKM Desa Kedungsari dibuktikan dengan nilai f_{hitung} lebih besar daripada f_{tabel} ($13,201 > 3,136$). Sehingga ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pada UMKM Desa Kedungsari.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, Kualitas Produk, Harga, Tingkat Pendapatan