

ABSTRAK

Nama : Mhd Reza Fahlevi Nst
Program Studi : Kewirausahaan
Judul : Dampak Inovasi Produk, Strategi Pemasaran Digital dan
Pendapatan Terhadap Pertumbuhan UMKM di Batuphat Timur

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Inovasi Produk, Strategi Pemasaran Digital, dan Pendapatan terhadap Pertumbuhan UMKM di Batuphat Timur, Kecamatan Muara Satu, Kota Lhokseumawe. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Batuphat Timur dengan jumlah 1.303 pelaku UMKM, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 112 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala Likert 1–5. Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis menggunakan uji t (parsial). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM dengan nilai t hitung sebesar $9,125 > t \text{ tabel } 1,982$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Strategi Pemasaran Digital berpengaruh terhadap Pertumbuhan UMKM dengan nilai t hitung sebesar $4,061 > t \text{ tabel } 1,982$. Pendapatan juga berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM dengan nilai t hitung sebesar $4,538 > t \text{ tabel } 1,982$. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,746 menunjukkan bahwa sebesar 74,6% variasi Pertumbuhan UMKM dapat dijelaskan oleh Inovasi Produk, Strategi Pemasaran Digital, dan Pendapatan, sedangkan sisanya sebesar 25,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Strategi Pemasaran Digital, Pendapatan,
Pertumbuhan UMKM, Batuphat Timur.

ABSTRACT

Name : Mhd Reza Fahlevi Nst
Study Program : Entrepreneurship
Title : The Impact of Product Innovation, Digital Marketing Strategy, and Income on the Growth of MSMEs in Batuphat Timur

This study aims to determine and analyze the effects of Product Innovation, Digital Marketing Strategy, and Income on the Growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Batuphat Timur, Muara Satu District, Lhokseumawe City. This research employed a quantitative approach. The population consisted of all MSME actors in Batuphat Timur, totaling 1,303 MSME actors, while the sample consisted of 112 respondents. The sampling technique used was purposive sampling based on predetermined criteria. Data were collected through questionnaires using a 1–5 Likert scale. The data analysis methods included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, and hypothesis testing using the partial t-test. The results showed that Product Innovation had a positive and significant effect on MSME Growth, with a t-value of 9.125 > t-table of 1.982 and a significance value of 0.000 < 0.05. Digital Marketing Strategy had an effect on MSME Growth, with a t-value of 4.061 > t-table of 1.982. Income also had a significant effect on MSME Growth, with a t-value of 4.538 > t-table of 1.982. Furthermore, the Adjusted R Square value of 0.746 indicates that 74.6% of the variation in MSME Growth can be explained by Product Innovation, Digital Marketing Strategy, and Income, while the remaining 25.4% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Product Innovation, Digital Marketing Strategy, Income, MSME Growth, Batuphat Timur.