

ABSTRAK

Kemalasan adalah suatu perasaan di mana seseorang akan enggan melakukan sesuatu karena dalam pikirannya sudah memiliki penilaian negatif atau tidak adanya keinginan untuk melakukan hal tersebut. Kebutuhan manusia merupakan keinginan manusia pada suatu barang ataupun jasa yang bisa untuk memenuhi kepuasan rohani dan jasmani demi kelangsungan hidupnya. Apabila kebutuhan manusia dapat terpenuhi, maka dapat dikatakan kehidupannya telah mencapai kemakmuran. *Marketing Mix* merupakan alat bagi marketer yang terdiri berbagai elemen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan jumlah sampel yang diteliti sebanyak 110. Data yang didapat berupa data sekunder dan dianalisa menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan bantuan aplikasi SPSS IBM 26.

Berdasarkan hasil analisis didapatkan kesimpulan bahwa kemalasan dan kebutuhan berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pendapatan pada UMKM laundry di kota Surabaya. Kemalasan dan kebutuhan juga memiliki pengaruh secara simultan terhadap kualitas pendapatan pada UMKM laundry di kota Surabaya.

Kata Kunci : *Kemalasan, kebutuhan, dan marketing mix*

ABSTRACT

Laziness is a feeling in which a person will do something because his mind already has a negative opinion or does not have the desire to do that. Human needs are human needs on goods that can meet spiritual and physical satisfaction for success. If human needs can be met, then can life have been given prosperity. The Marketing Mix is a tool for marketers consisting of various elements of marketing programs that are necessary so that the determined marketing and positioning strategies can run successfully.

This research is included in the type of quantitative research. The sampling method in this study used a descriptive approach and the number of samples studied was 110. The data obtained in the form of secondary data and analyzed using multiple regression analysis techniques with the help of IBM SPSS 26 application.

Based on the results of the analysis it was concluded that laziness and needs significantly influence the quality of income in laundry SMEs in the city of Surabaya. Laziness and necessity also have a simultaneous influence on the quality of income at laundry SMEs in the city of Surabaya.

Keywords: Laziness, needs, and marketing mix