

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, innovation and digital marketing on the quality of MSME income during the Covid19 pandemic (Study of the Tahu Walik MSME case in the city of Surabaya). This research includes quantitative approach research. The population in this study is the UKM Tahu Walik actors who are in the city of Surabaya and the sampling technique used is simple random sampling. Samples were taken as many as 40 respondents. Collecting data using direct survey methods (interviews, questionnaires, observations) on Tahu Walik SMEs in the city of Surabaya and analyzed by Multiple Linear Regression analysis with the help of SPSS 24 application. Based on the results of the study it can be concluded that (1) Price has no effect on Income Quality MSME Tahu Walik in the city of Surabaya during the covid19 pandemic, (2) Innovation has no effect on the Income Quality of MSME Tahu Walik in the city of Surabaya during the covid19 pandemic, (3) Digital Marketing has an influence on the Income Quality of MSME Tahu Walik in the city of Surabaya during the the covid19 pandemic, (4) Price, Innovation and Digital Marketing also have a simultaneous influence on the income quality of Tahu Walik SMEs in the city of Surabaya during the covid19 pandemic.

Keywords: Covid19, Price, Innovation, Digital Marketing and Revenue Quality

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Inovasi dan Digital Marketing Terhadap Kualitas Pendapatan UMKM dimasa pandemi Covid19 (Study kasus UMKM Tahu Walik Di Kota Surabaya). Penelitian ini termasuk penelitian pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM Tahu Walik yang berada di Kota Surabaya dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 40 responden. Pengumpulan data dengan metode survey langsung (interview, kuisioner, observasi) terhadap pelaku UMKM Tahu Walik di Kota Surabaya dan dianalisis dengan analisis Regresi Linear Berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 24. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) Harga tidak memiliki pengaruh terhadap Kualitas Pendapatan UMKM Tahu Walik di Kota Surabaya pada masa pademi covid19, (2) Inovasi tidak memiliki pengaruh terhadap Kualitas Pendapatan UMKM Tahu Walik di Kota Surabaya pada masa pademi covid19, (3) Digital Marketing memiliki pengaruh terhadap Kualitas Pendapatan UMKM Tahu Walik di Kota Surabaya pada masa pademi covid19, (4) Harga, Inovasi dan Digital Marketing juga memiliki pengaruh secara simultan terhadap kualitas pendapatan pada UMKM Tahu Walik di Kota Surabaya pada masa pademi covid19.

Kata Kunci: Covid19, Harga, Inovasi, Digital Marketing dan Kualitas Pendapatan