

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Yang Bermitra Dengan Grabfood di Kota Jambi”. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk menganalisis karakteristik sosial ekonomi pelaku umkm yang bermitra dengan grabfood di Kota Jambi; (2) Untuk menganalisis pengaruh promosi dan harga pada layanan aplikasi Grabfood terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kota Jambi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan kuesioner. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 69 Pelaku UMKM yang bermitra dengan grabfood di Kota Jambi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini analisis deskriptif dan analisis kuantitatif menggunakan alat analisis yaitu regresi linier berganda dengan dibantu program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variable independen promosi dan harga berpengaruh signifikan terhadap variable dependen pendapatan pelaku umkm yang bermitra dengan grabfood di Kota Jambi. Secara parsial hanya variabel promosi yang berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku umkm yang bermitra dengan grabfood di Kota Jambi. Selanjutnya untuk nilai koefisien determinasi sebesar 0,687. Artinya sebesar 68,7 persen variasi pendapatan pelaku umkm yang bermitra dengan grabfood dijelaskan oleh variable dalam penelitian ini, sedangkan sisanya 31,3 persen dijelaskan oleh variable lain diluar penelitian.

Kata Kunci : Pendapatan, Promosi, Harga, Grabfood, UMKM.

ABSTRACT

This research is entitled "The Effect of Promotions and Prices on the Income of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Who Partner with Grabfood in Jambi City". This research aims to (1) To analyze the socio-economic characteristics of MSME actors who partner with GrabFood in Jambi City; (2) To analyze the effect of promotions and prices on Grabfood application services on the income of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Jambi City. The types of data used in this research are primary data and secondary data. Data collection techniques were carried out using observation, interviews and questionnaires. The population in this study was 69 MSME actors who partnered with GrabFood in Jambi City. The analytical method used in this research is descriptive analysis and quantitative analysis using analytical tools, namely multiple linear regression, assisted by the SPSS program. The research results show that simultaneously the independent variables promotion and price have a significant effect on the dependent variable income of MSMEs who partner with Grabfood in Jambi City. Partially, only the promotion variable has a significant effect on the income of MSMEs who partner with Grabfood in Jambi City. Furthermore, the coefficient of determination value is 0.687. This means that 68.7 percent of the variation in income of MSMEs who partner with Grabfood is explained by the variables in this research, while the remaining 31.3 percent is explained by other variables outside the research.

Keywords : *Income, Promotion, Price, Grabfood, MSMEs*