

PERSETUJUAN PEMBIMBING

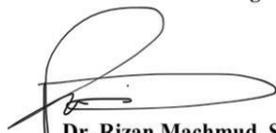
**Pengaruh Strategi Digital Marketing, Inovasi Porduk Terhadap Kinerja Pemasaran
Pada UMKM Toserba Gorontalo**

SKRIPSI

**Muhammad Taufiqur Rahman
931417012**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



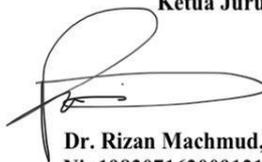
**Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si
Nip198307162009121006**

Pembimbing II



**Umin Kango, S.Pd, M.Si
Nip.197910122005012001**

**Mengetahui:
Ketua Jurusan**



**Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si
Nip198307162009121006**

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Strategi Digital Marketing, Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Toserba Gorontalo

Oleh
Muhammad Taufiqur Rahman
931417012

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Hari/Tanggal : Kamis, 14 Oktober 2021
Waktu : Pukul 10:00 s/d Selesai

Penguji:

1. **Zulfia K Abdussamad, S.E.,M.Si** 1.....
NIP.197909252005012001
2. **Djoko Lesmana Radji S.Pd, M.Si** 2.....
NIP.197901302003121002
3. **Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si** 3.....
NIP.198307162009121006
4. **Dr. Umin Kango, S.Pd, M.Si** 4.....
NIP.197910122005012001

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Gorontalo**

Dr. Muhammad Amir Arham, M.E,
NIP.197207252006041002

ABSTRAK

Muhammad Taufiqur Rahman. 931417012. 2021. Pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Toserba Gorontalo. Skripsi program studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Univeritas Negeri Gorontalo. Dibawah Bimbingan Bapak Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si dan Ibu Dr. Umin Kango, S.Pd, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Pada Usaha Makro Kecil Menengah Toserba Gorontalo. Metode yang di gunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis data yang di gunakan adalah data primer berupa kuesioner yang di bagikan dengan menggunakan dua cara yakni secara manual dan online kepada masyarakat sekitar Toko Toserba Gorontalo dan pelanggan/calon pelanggan Toko Toserba Gorontalo. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik sampel tak di ketahui yang di peroleh 96 sampel. Data dianalisis dengan menggunakan teknik regresi linier berganda

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Digital Marketing, Inovasi Produk secara beramaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Untuk hasil pengujian secara simultan Digital Marketing, Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran pada Usaha Makro Kecil Menengah Toserba Gorontalo dengan nilai koefisien yang cukup baik yakni sebesar 59,6% Sedangkan sisanya yaitu sebesar 40,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Digital Marketing Inovasi Produk, Kinerja Pemasaran

ABSTRACT

Muhammad Taufiqur Rahman. 931417012. 2021. The Influence of Digital Marketing and Product Innovation on Marketing Performance in Micro, Small and Medium Enterprises of Gorontalo Department Stores. Undergraduate Thesis. Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The Supervisors are Dr. Rizan Machmud, S.Kom., M.Si, and Umin Kango, S.Pd., M.Si.

This study aims to determine the influence of Digital Marketing and Product Innovation on Marketing Performance in Micro, Small, and Medium Enterprises of Gorontalo Department Stores. This study employs a quantitative method, and the type of data used is primary in the form of questionnaires which are distributed using two methods, manually and online, to the community around the Gorontalo Department Store and customers/prospective customers of the Gorontalo Department Store. The sampling uses indefinite sampling, which obtained 96 samples. The data are analyzed by the multiple linear regression techniques.

The results show that partially Digital Marketing and Product Innovation have a positive and significant influence on marketing performance. However, simultaneously Digital Marketing and Product Innovation has a positive and significant influence on Marketing Performance in Micro, Small, and Medium Enterprises of the Gorontalo Department Store with a good coefficient value of 59,6%. Whereas, the remaining 40,4% is influenced by other variables that are not examined in this study.

Keywords: Digital Marketing, Product Innovation, Marketing Performance