

## ABSTRAK

### **PENGARUH PENERAPAN STRATEGI *DIGITAL MARKETING*, INOVASI PRODUK, DAN MODAL USAHA TERHADAP PENDAPATAN PADA USAHA KULINER DI KECAMATAN RUMBIA LAMPUNG TENGAH**

OLEH

**GALUH MAUDY RANI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan strategi *digital marketing*, inovasi produk, dan modal usaha terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Rumbia Lampung Tengah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif verifikatif* dengan pendekatan *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha kuliner di Kecamatan Rumbia dengan total 41 pelaku usaha kuliner. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 41 pelaku usaha kuliner dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* atau sampel jenuh. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi, wawancara dokumentasi dan angket. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif serta signifikan pengaruh penerapan strategi *digital marketing*, inovasi produk dan modal usaha terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Rumbia Lampung Tengah, yakni sebesar 0,872 atau 87,2% dengan perolehan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $83,758 > 2,80$  dan nilai signifikansi ( $sig.$ )  $< (\alpha)$  atau  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci** : Strategi *Digital Marketing*, Inovasi Produk, Modal Usaha, Pendapatan Usaha.

## **ABSTRACT**

### **INFLUENCE OF IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING STRATEGY, PRODUCT INNOVATION, AND BUSINESS CAPITAL ON INCOME ON CULINARY BUSINESS IN THE DISTRICT OF RUMBIA CENTRAL LAMPUNG**

**BY**

**GALUH MAUDY RANI**

This study aims to determine the effect of implementing digital marketing strategies, product innovation, and business capital on culinary business income in Rumbia District, Central Lampung. The research method used is descriptive verification method with a survey approach. The population in this study were culinary business actors in Rumbia District with a total of 41 culinary business actors. The number of samples in this study was 41 culinary business actors with sampling techniques using non-probability sampling or saturated samples. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, documentation and questionnaires. The results showed that there was a positive and significant influence on the implementation of digital marketing strategies, product innovation and business capital on culinary business income in Rumbia District, Central Lampung, which was 0.872 or 87.2% with  $F_{count} > F_{table}$  or  $83,758 > 2.80$ . and the significance value (sig.)  $< (\alpha)$  or  $0.000 < 0.05$ .

**Key words :** Digital Marketing Strategy, Product Innovation, Business Capital, Business Income.