

ABSTRACT

***FACTORS AFFECTING THE SUCCESS OF WEDDING GIFT MICRO
SMALL MEDIUM ENTERPRISE BASED ON CREATIVE ECONOMY IN
TASIKMALAYA CITY***

By:

Nabilla Nurul Rachma

NPM. 183401018

Guided by:

Dwi Hastuti Lestari K

Jumri

The success of an enterprise is a condition in which the enterprise undergoes an improvement of its previous results. The purpose of this research were to know: (a) the responses of wedding gift enterprises in Tasikmalaya City about digital marketing, product innovation, business network and business success. (b) The impact of digital marketing and product innovation and business network on the success of shipping enterprises. This research uses the entire population with a total of 36 samples of marriage gift entrepreneurs in the city of Tasikmalaya. The analytical tool used is multiple linear regression. Result of the research study is: (a) The responses of entrepreneurs to product innovation and network enterprise are well categorized, while for digital marketing are categorized very well. (b) Partially digital marketing have a significant negative effect, for product innovation a significant positive effect and for enterprise network a non-significant positive effect.

Keywords: digital marketing, product innovation, business networking and business succ

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Hantaran Pernikahan di Kota Tasikmalaya)

Oleh:

**Nabilla Nurul Rachma
NPM.183401018**

Pembimbing:

**Dwi Hastuti Lestari K
Jumri**

Keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: a) Tanggapan pelaku usaha hantaran pernikahan di Kota Tasikmalaya tentang pemasaran digital, inovasi produk, jaringan usaha dan keberhasilan usaha. b) Pengaruh pemasaran digital, inovasi produk dan jaringan usaha terhadap keberhasilan usaha hantaran di Kota Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan sampel, dengan jumlah sampel sebanyak 36 pelaku usaha hantaran pernikahan di Kota Tasikmalaya. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: a) Tanggapan pelaku usaha terhadap inovasi produk dan jaringan usaha dikategorikan baik, sedangkan untuk pemasaran digital dikategorikan sangat baik. b) Secara parsial pemasaran digital berpengaruh negatif signifikan, untuk inovasi produk berpengaruh positif signifikan dan untuk jaringan usaha berpengaruh positif tidak signifikan. c) Secara bersama-sama pemasaran digital, inovasi produk dan jaringan usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Kata kunci: pemasaran digital, inovasi produk, jaringan usaha dan keberhasilan usaha.