

ABSTRAK

Putri, Nadya Ika. 2021. Skripsi. **Pengaruh Kualitas Produk, *Digital Marketing* Terhadap *Brand Equity* dan Pendapatan UMKM pada Masa Pandemi *Covid-19* di Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan di UMKM di Kota Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, *Digital Marketing* Terhadap *Brand Equity* dan Pendapatan UMKM pada Masa Pandemi *Covid-19* di Kota Probolinggo.

Jenis penelitian yang digunakan adalah digunakan kuantitatif dengan analisis asosiatif, dengan variabel X_1 kualitas produk, variabel X_2 *digital marketing*, variabel Y_1 *brand equity*, dan variabel Y_2 Pendapatan. Pada penelitian ini, ukuran sampel diambil menggunakan metode *nonprobability sampling* berjumlah 99 UMKM yang berasal dari UMKM di Kota Probolinggo. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *Sampling Purposive* dengan menggunakan Slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala *Likert* yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program IBM SPSS versi 22.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara parsial antara Kualitas Produk, *Digital Marketing* Terhadap *Brand Equity* dan Pendapatan UMKM pada Masa Pandemi *Covid-19* di Kota Probolinggo dengan nilai $t_{hitung} X_1 = 7,785$ (sig. $0,000 < 0,10$), $t_{hitung} X_2 = 2,711$ (sig. $0,008 < 0,10$) terhadap dependen *Brand Equity* (Y_1) sedangkan nilai hitung $t_{hitung} X_1 = 2,301$ (sig. $0,024 < 0,10$), $t_{hitung} X_2 = 1,703$ (sig. $0,092 < 0,10$) terhadap dependen pendapatan.

Adanya hubungan kolerasi antara *brand equity* dan pendapatan dibuktikan dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,10$ sehingga H_0 ditolak, hubungan yang terjadi adalah positif (nilai kolerasi positif) sehingga makin tinggi *brand equity* maka makin meningkat pendapatan dan sebaliknya makin rendah *brand equity* maka makin rendah pula pendapatan.

Kata kunci : Kualitas Produk, *Digital Marketing*, *Brand Equity*, Pendapatan.

ABSTRACT

Putri, Nadya Ika. 2021. Thesis. The Effect of Product Quality, Digital Marketing on Brand Equity and Income of UMKM during the Covid-19 Pandemic in Probolinggo City. Management Study Program, Faculty of Economics, Panca Marga University, Probolinggo.

The research was conducted at UMKM in Probolinggo City with the aim of knowing the effect of product quality, digital marketing on brand equity and UMKM revenue during the Covid-19 pandemic in the city of Probolinggo.

This type of research is used quantitative with associative analysis, with variable X_1 product quality, variable X_2 digital marketing, variable Y_1 brand equity, and variable Y_2 income. In this study, the sample size was taken using the nonprobability sampling method totaling 99 UMKM from UMKM in the City of Probolinggo. The sampling technique used was purposive sampling using Slovin. The data collection technique uses a questionnaire with a Likert scale measurement which has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used multiple linear regression analysis with the help of the IBM SPSS version 22.0 program.

The results showed that there was a partial influence between Product Quality, Digital Marketing on Brand Equity and MSME Income during the Covid-19 Pandemic in Probolinggo City with $t_{count} X_1 = 7,785$ (sig. $0,000 < 0,10$), $t_{count} X_2 = 2,711$ (sig. $0.008 < 0,10$) for dependent Brand Equity (Y_1) while the value of $t_{count} X_1 = 2.301$ (sig. $0.024 < 0,10$), $t_{count} X_2 = 1.703$ (sig. $0.092 < 0,10$) on dependent income.

The correlation between brand equity and income is evidenced by a sig value of $0,000 < 0,10$ so that H_0 is rejected, the relationship that occurs is positive (positive correlation value) so that the higher the brand equity, the higher the income and vice versa, the lower the brand equity, the lower also income.

Keywords : *Product Quality, Digital Marketing, Brand Equity, Income.*