

ABSTRAK

PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN INOVASI PRODUK TERHADAP OMZET PENJUALAN PEDAGANG BUNGA KRISAN DI DESA RAYA KECAMATAN BERASTAGI

Cheri Brensius Ginting M
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* dan inovasi produk terhadap omzet penjualan pedagang bunga Krisan di Desa Raya, Kecamatan Berastagi. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang bunga Krisan di Desa Raya, Kecamatan Berastagi yang telah menggunakan *digital marketing* dan menginovasi produk yang mereka jual. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan jenis *non probability sampling* dengan sampling jenuh. Jumlah sampel sebanyak 31 responden. Uji instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji F, dan uji t. Pengolahan data menggunakan *Software SPSS Statistics 25.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *digital marketing* dan inovasi produk secara simultan berpengaruh terhadap omzet penjualan pedagang bunga Krisan di Desa Raya, Kecamatan Berastagi, 2) *digital marketing* secara parsial berpengaruh terhadap omzet penjualan pedagang bunga Krisan di Desa Raya, Kecamatan Berastagi, 3) inovasi produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap omzet penjualan pedagang bunga Krisan di Desa Raya, Kecamatan Berastagi.

Kata kunci: *digital marketing*, inovasi produk, omzet penjualan

ABSTRACT

**THE EFFECT OF *DIGITAL MARKETING* AND PRODUCT INNOVATION
ON THE SALES TURNOVER OF CHRYSANTHEMUM FLOWER
TRADERS IN RAYA VILLAGE, BERASTAGI DISTRICT**

Cheri Brensius Ginting M
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2022

This study aims to determine the effect of digital marketing and product innovation on the sales turnover of Chrysanthemum flower traders in Raya Village, Berastagi District. The population in this study are Chrysanthemum flower traders in Raya Village, Berastagi District who have used digital marketing and innovated the products they sell. The sampling technique in this study used a non-probability sampling type with a saturated sample. Where the number of samples was as many as 31 respondents. The test instruments used are validity and reliability tests. The data analysis technique used in this research is descriptive analysis, classical assumption test, multiple linear regression, F test, and t test. Data processing using SPSS Statistics 25.0 Software. The results show that 1) digital marketing and product innovation simultaneously affect the sales turnover of Chrysanthemum flower traders in Raya Village, Berastagi District, 2) digital marketing partially affects the sales turnover of Chrysanthemum flower traders in Raya Village, Berastagi District, 3) innovation the product partially has no effect on the sales turnover of chrysanthemum traders in Raya Village, Berastagi District.

Keywords: digital marketing, product innovation, sales turnover