

ABSTRAK

Latar belakang penulis adalah tingkat pendapatan usaha yang dilihat melalui *e-marketing*, daya saing dan kreativitas yang semuanya telah dikategorikan baik dan memenuhi standar pendapatan usaha akan tetapi jumlah konsumen dari UMKM komunitas *facebook* Purwosari Hebat yang masih biasa saja dan tidak mengalami peningkatan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana *e-marketing*, daya saing dan kreativitas berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan UMKM komunitas *facebook* Purwosari Hebat.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “Pengaruh Penerapan *E-Marketing*, Daya Saing dan Kreativitas Terhadap Pendapatan Usaha pada UMKM Purwosari Hebat Kabupaten Pasuruan “Studi Kasus Pada *Owner* UMKM yang bergabung pada Komunitas *facebook* Purwosari Hebat Kabupaten Pasuruan)” Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis variabel *e-marketing*, daya saing dan kreativitas terhadap pendapatan UMKM komunitas *facebook* Purwosari Hebat. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif, dengan penyebaran kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dimana orang yang dipilih sebagai sampel sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian, sampel yang digunakan sebanyak 99 responden melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Explanatory Linier. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel *E-Marketing*, Daya Saing dan Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Usaha.

Kata kunci : *E Marketing, Daya Saing, Kretivitas, dan Pendapatan Usaha.*

ABSTRACT

The author's background is the level of business income seen through e-marketing, competitiveness and creativity which are all categorized as good and meet business income standards, but the number of consumers from the great purwosari market is still mediocre and has not increased. The formulation of the problem in this study is how e-marketing, competitiveness and creativity simultaneously influence the income of UMKM in the Purwosari Hebat Facebook community.

This research was conducted to find out "The Effect of Implementing E-Marketing, Competitiveness and Creativity on Business Income at UMKM Purwosari Hebat, Pasur Regency "Case Study on MSME Owners Joining the Purwosari Hebat Facebook Community, Pasuruan Regency)" The purpose of this research is to identify and analyze e-marketing variables, competitiveness and creativity on the income of UMKM in the Purwosari Hebat Facebook community. The strategy used in this research is research causal associative with a quantitative approach, with the distribution of questionnaires as a data collection technique. The sampling method used is purposive sampling, which is a sampling technique in which people are selected as samples according to the purpose of conducting research, the sample used is 99 respondents through questionnaires. The data analysis method used in this study is a Linear Explanatory. The results of the study stated that the E-Marketing, Competitiveness and Creativity variables had a positive and significant effect on Business Income.

Keywords: E Marketing, Competitiveness, Creativity, and Business Income.