

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, digital marketing, dan kreativitas terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Medan Selayang, Kota Medan. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun masih terdapat permasalahan terkait kinerja usaha yang belum optimal, khususnya dalam hal peningkatan omzet, perluasan pasar, dan efisiensi operasional. Oleh karena itu, diperlukan kajian untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 130 UMKM di Kecamatan Medan Selayang, dengan sampel sebanyak 57 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS.

Hasil penelitian diharapkan menunjukkan bahwa kualitas produk, digital marketing, dan kreativitas berpengaruh terhadap kinerja UMKM, baik secara parsial maupun simultan. Dengan demikian, peningkatan kualitas produk, pemanfaatan digital marketing yang optimal, serta pengembangan kreativitas pelaku usaha dapat meningkatkan kinerja UMKM secara signifikan.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Digital Marketing, Kreativitas, Kinerja UMKM

## ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, digital marketing, and creativity on the performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Medan Selayang District, Medan City. MSMEs play an important role in the Indonesian economy; however, there are still issues related to suboptimal business performance, particularly in terms of revenue growth, market expansion, and operational efficiency. Therefore, it is necessary to examine the factors influencing MSME performance.

This research uses a quantitative approach with an associative research design. The population in this study consists of 130 MSMEs in Medan Selayang District, with a sample of 57 respondents determined using the Slovin formula. Data collection was conducted through questionnaires using a Likert scale. The data used include both primary and secondary data. Data analysis was carried out using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software.

The results are expected to show that product quality, digital marketing, and creativity have an effect on MSME performance, both partially and simultaneously. Therefore, improving product quality, optimizing the use of digital marketing, and enhancing business creativity can significantly improve MSME performance.

**Keywords:** Product Quality, Digital Marketing, Creativity, MSME Performance