

ABSTRAK

Alda. 2024. “*Pengaruh Pemasaran Berbasis Information and Communication Technology terhadap Peningkatan Daya Jual Produk UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo*”. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Burhan Rifuddin, SE., M.M.

Penelitian ini mengungkapkan pokok permasalahan yang berkenaan dengan peningkatan daya jual produk UMKM. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh pemasaran berbasis *Information And Communication Technology* terhadap peningkatan daya jual produk UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dekskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua pengusaha UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo sebanyak 120 orang. Sampel dalam penelitian ini yaitu pengusaha UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo sebanyak 120 orang. Dalam penelitian ini bentuk pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *total sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan membagikan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pemasaran berbasis ICT terhadap peningkatan daya jual produk UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

Kata Kunci: Pemasaran, ICT, daya jual