

## ABSTRAK

Agus Hendriawan, Kadek (2024), Pengaruh Karakter Kewirausahaan, *Digital Marketing* Dan *E-Commerce* Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Sektor Kuliner Di Buleleng. Tesis, Magister Ilmu Manajemen, Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.

Tesis ini sudah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Trianasari, M.M., Ph.D. dan Pembimbing II: Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawati.,S.E.,M.Si.

Kata-kata kunci: *karakter kewirausahaan, digital marketing, e-commerce* ,kinerja pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakter kewirausahaan, pemanfaatan *digital marketing*, dan *e-commerce* terhadap peningkatan kinerja pemasaran pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner di Kabupaten Buleleng. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 92 kepada pemilik UMKM kuliner yang beroperasi di daerah tersebut. dengan menggunakan teknik *purposive sampling* Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik regresi berganda untuk menentukan hubungan dan dampak variabel-variabel yang diteliti. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah masing masing variabel yaitu karakter kewirausahaan, digital marketing dan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran secara parsial dan simultan . Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai peran karakter kewirausahaan, *digital marketing*, dan *e-commerce* dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM kuliner di Buleleng. Implikasi praktis dari temuan penelitian ini dapat memberikan panduan bagi para pelaku usaha untuk mengoptimalkan karakter kewirausahaan mereka, meningkatkan pemanfaatan digital marketing, serta mengintegrasikan *e-commerce* sebagai strategi peningkatan kinerja pemasaran. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi kebijakan pemerintah dan strategi pengembangan UMKM di sektor kuliner untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

## **ABSTRACT**

Agus Hendriawan, Kadek (2024), The Influence of Entrepreneurial Character, Digital Marketing and E-Commerce on the Marketing Performance of MSMEs in the Culinary Sector in Buleleng. Thesis, Master of Management Science, Postgraduate, Ganesha University of Education.

This thesis has been approved and examined by Supervisor I: Trianasari, M.M., Ph.D. and Supervisor II: Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawati., S.E., M.Sc.

Key words: entrepreneurial character, digital marketing, e-commerce, marketing performance.

This research aims to analyze the influence of entrepreneurial character, the use of digital marketing and e-commerce on improving marketing performance in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary sector in Buleleng Regency. The research method used was a survey by distributing 92 questionnaires to culinary MSME owners operating in the area. using a purposive sampling technique. The collected data was analyzed using multiple regression techniques to determine the relationship and impact of the variables studied. The results obtained from this research are that each variable, namely entrepreneurial character, digital marketing and e-commerce, has a positive effect on marketing performance partially and simultaneously. This research is expected to provide a deeper understanding of the role of entrepreneurial character, digital marketing and e-commerce in improving the marketing performance of culinary MSMEs in Buleleng. The practical implications of the findings of this research can provide guidance for business actors to optimize their entrepreneurial character, increase the use of digital marketing, and integrate e-commerce as a strategy to improve marketing performance. It is hoped that the results of this research can become the basis for government policies and strategies for developing MSMEs in the culinary sector to encourage local economic growth