

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal, promosi pemasaran, dan pendidikan terhadap pendapatan UMKM fashion di Kota Semarang yang menggunakan Shopee, Lazada, dan Tokopedia.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 pelaku UMKM fashion di Kota Semarang. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan perangkat lunak SPSS versi 29.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal dan promosi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM, sedangkan pendidikan tidak memberikan pengaruh signifikan. Secara simultan variabel modal, promosi pemasaran, dan pendidikan berpengaruh signifikan dengan nilai R Square sebesar 80,8%.

Kata Kunci: Modal, Promosi Pemasaran, Pendidikan, Pendapatan UMKM Fashion, Marketplace Online.