

## ABSTRAK

Perkembangan jumlah UMKM di Kota Semarang terlihat masih tertinggal jika dibandingkan dengan Kota Surakarta, Kabupaten Demak, dan Kabupaten Kebumen. Disisi lain, UMKM di Kota Semarang juga dihadapkan pada permasalahan lain, yakni rata-rata pendapatan pelaku UMKM masih dibawah standar upah minimum. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi tentang harga jual, volume penjualan, kredit wibawa, dan penjualan online terhadap pendapatan UMKM Kota Semarang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan kuesioner terhadap pelaku UMKM untuk mendapatkan data primer. Metode pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Sampel diambil sebanyak 84 responden. Variabel independen dalam penelitian ini antara lain persepsi harga jual, persepsi volume penjualan, persepsi kredit wibawa, dan persepsi penjualan online, sedangkan variabel dependen berupa persepsi pendapatan. Data yang diperoleh diolah melalui analisis regresi linear berganda dengan software IBM SPSS *Statistic 25*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi harga jual, persepsi volume penjualan, dan persepsi penjualan online berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel persepsi pendapatan. Sedangkan, variabel persepsi kredit wibawa tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel persepsi pendapatan. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, variabel bebas mempengaruhi variabel terikat sebesar 68,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yaitu sebesar 31,2%.

Kata kunci : persepsi harga jual, persepsi volume penjualan, persepsi kredit wibawa, persepsi penjualan online, persepsi pendapatan

