

ABSTRAK

Muhtar Kundori (211281). Pengaruh Teknologi dan Pemasaran terhadap Pengembangan Usaha Kecil (Studi pada Usaha Bakery di Kabupaten Grobogan). Skripsi, Kudus: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Prodi: Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus, 2016

Tujuan Penelitian ini adalah 1) Untuk menguji secara empiris pengaruh teknologi terhadap pengembangan usaha kecil pada usaha bakery di Kabupaten Grobogan. 2) Untuk menguji secara empiris pengaruh pemasaran terhadap pengembangan usaha kecil pada usaha bakery di Kabupaten Grobogan. 3) Untuk menguji secara empiris ada pengaruh bersama-sama antara teknologi dan pemasaran terhadap usaha kecil pada usaha bakery di Kabupaten Grobogan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field Research*, pendekatan kuantitatif, sumber data primer dan menggunakan metode survey yaitu dengan cara menyebar kuesioner. Penelitian ini menggunakan objek penelitian di industri usaha bakery di kabupaten Grobogan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis statistik. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Variabel Teknologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Pengembangan Usaha Kecil dengan nilai t_{tabel} lebih besar dari t_{hitung} ($1.832 > 1.690$). 2) Faktor Pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Pengembangan Usaha Kecil dengan nilai t_{tabel} lebih besar dari t_{hitung} ($1.928 > 1.690$). Sehingga secara bersama-sama variabel Teknologi dan Pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Pengembangan Usaha Kecil pada Usaha Bakery di Kabupaten Grobogan, karena berdasarkan uji statistik diperoleh nilai F hitung sebesar $4.494 > F \text{ tabel } 3,27$ dan signifikansi sebesar $0,00 < \text{Alpha } 5\%$.

Kata Kunci: *Teknologi, dan Pemasaran, dan Pengembangan Usaha Kecil.*