

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat inklusi keuangan pedagang tradisional di pasar Gamping. Dalam penelitian ini, Jenis data yang digunakan merupakan data primer. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode Slovin. Sehingga sample yang diperoleh sebanyak 100 responden.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tingkat inklusi keuangan pedagang tradisional di pasar Gamping. Sedangkan, variabel independennya yaitu media sosial, promosi, persyaratan, dan lokasi. Metode analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan alat analisis SPSS versi 24.0. dengan variabel bersifat kuantitatif.

Berdasarkan analisis yang dilakukan diperoleh hasil bahwa media sosial dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat inklusi keuangan pedagang tradisional di pasar Gamping, sedangkan persyaratan dan lokasi berpengaruh negative signifikan terhadap tingkat inklusi keuangan pedagang tradisional di pasar Gamping.

Kata kunci: *Inklusi Keuangan, Media Sosial, Promosi, Persyaratan, Lokasi.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the level of financial inclusion of traditional traders in the Gamping market. In this study, the type of data used is primary data. The method of collecting samples used is Slovin method. So that the sample obtained is 100 respondents. The dependent variable used in this study is the level of financial inclusion of traditional traders in the Gamping market. Meanwhile, the independent variables are social media, promotion, requirements, and location. The analytical method used is Multiple Linear Regression with the SPSS analysis tool version 24.0. with quantative variables.

Based on the analysis carried out the results show that social media and promotion have a significant positive effect on the level of financial inclusion of traditional traders in the Gamping market, while requirements and location have a significant negative effect on the level of financial inclusion of traditional traders in the Gamping market.

Key words: *Financial Inclusion, Social Media, Promotion, Requirements, Location.*