

ABSTRAK

Robithulah, 2023. **Pengaruh *Digital Marketing*, *Brand Awareness*, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Terrow Store di Kota Sumenep.** Skripsi: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja pembimbing: Liyanto, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Digital Marketing*, *Brand Awareness*, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Terrow Store di Kota Sumenep. Pada penelitian ini terdapat 154 responden konsumen Terrow Store di Kota Sumenep. Data yang digunakan menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil kuisioner berupa *google form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F dan Koefisien Determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Digital Marketing* dapat memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. *Brand Awareness* tidak memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Pelayanan juga tidak memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Lokasi dapat memengaruhi secara negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian memberikan kontribusi kepada Terrow Store sebagai referensi untuk meningkatkan volume penjualan.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, *Brand Awareness*, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Robithulah, 2023. *The effect of Digital Marketing, Brand Awareness, Service Quality and Location on Purchase Decisions at Terrow Stores in Sumenep City*. Thesis: Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Wiraraja University supervisor: Liyanto, SE., MM.

This study aims to determine the effect of digital marketing, brand awareness, service quality and location on purchasing decisions at Terrow Stores in Sumenep City. In this study, there were 154 Terrow Store consumer respondents in Sumenep City. The data used uses primary data obtained from the results of the questionnaire in the form of a google form. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression, T Test, F Test and the Coefficient of Determination.

The results of this study indicate that Digital Marketing can positively and significantly influence Purchasing Decisions. Brand Awareness does not positively and significantly affect Purchase Decision. Service Quality also does not have a positive and significant impact on Purchasing Decisions. Location can negatively and significantly affect Purchase Decision. The research results contribute to the Terrow Store as a reference for increasing sales volume.

Keywords: *Digital Marketing, Brand Awareness, Service Quality, Location and Purchase Decision.*