

ABSTRAK

Aisyah Queena Ali Raia. 2026. Pengaruh *Social Media Marketing*, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Bakso Bang Delar Jiwan). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S. E., M. Si., Ak. C.A, Pembimbing (II) Dian Citaningtyas Ari Kadi, S. E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Media Marketing*, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada UMKM Bakso Bang Delar Jiwan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 235 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,405 menunjukkan bahwa 40,5% variasi Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh *Social Media Marketing*, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi, sedangkan sisanya 59,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci : *Social Media Marketing*, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Aisyah Queena Ali Raia. 2026. *The Influence of Social Media Marketing, Service Quality, and Location on Purchase Decisions (A Case Study of Consumers at Bakso Bang Delar Jiwan)*. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Madiun. Advisor (I) Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., C.A. Advisor (II) Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.

This study aims to examine the influence of Social Media Marketing, Service Quality, and Location on consumers' Purchase Decisions at Bakso Bang Delar Jiwan. This research employed a quantitative approach with a sample of 235 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 25. The results indicate that Social Media Marketing and Service Quality have a positive and significant effect on Purchase Decisions, while Location has no significant effect on Purchase Decisions. Simultaneously, the three independent variables significantly affect Purchase Decisions. The Adjusted R Square value of 0.405 indicates that 40.5% of the variation in Purchase Decisions can be explained by Social Media Marketing, Service Quality, and Location, while the remaining 59.5% is influenced by other variables outside the scope of this study.

Keywords: Social Media Marketing, Service Quality, Location, Purchase Decision.