

***THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING, BRAND IMAGE, AND  
BRAND AWARENESS ON THE INTEREST IN USING BUKALAPAK APP***

**RINGKASAN**

Data dari iPrice Group menunjukkan rata rata pengunjung bulanan Bukalapak mengalami penurunan dari 116 juta di tahun 2018 menjadi 37,63 juta pengunjung di awal tahun 2020. Beberapa faktor yang mempengaruhi adalah: *brand awareness*, *digital marketing*, dan *brand image*. Penelitian bertujuan untuk mengkuantifikasi faktor-faktor tersebut untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat penggunaan aplikasi Bukalapak. Metode yang digunakan adalah metode survey yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berskala interval. Kuesioner tersebut diisi oleh 100 responden dari berbagai kalangan yang merupakan pengguna aplikasi *e-commerce*. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis verifikatif dan deskriptif, dengan bantuan SPSS 20. Berdasarkan analisis verifikatif didapatkan nilai koefisien determinasi dari: *brand awareness*, *digital marketing*, dan *brand image* Bukalapak adalah 61,9%. Angka tersebut mengindikasikan *brand awareness*, *digital marketing*, dan *brand image* mempengaruhi minat penggunaan aplikasi secara signifikan.

Kata Kunci : *Digital marketing*, *Brand image*, *Brand awareness*, Minat pengguna.