

## Abstrak

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pola pikir masyarakat berkembang pesat mendorong agar perusahaan mengikuti perkembangan jaman saat ini agar tidak tertinggal dengan perusahaan lainnya. Seperti salah satu UMKM yang berada di daerah Bondowoso yaitu UMKM onde-onde Buk Jaka yang bergerak di bidang kuliner yang berdiri sejak tahun 2011 yang saat ini memiliki 5 karyawan tetap yang bergerak pada bidangnya masing-masing. Dalam perkembangannya awal mulanya berjual gorengan akan tetapi permintaan masyarakat di daerah Bondowoso lebih condong pada onde-onde saja, sehingga pemilik hanya berfokus terhadap onde-onde karena masyarakat lebih minat di bandingkan gorengan sebelumnya. Karena penguasaan pasar tergantung pada perusahaan apa perusahaan dapat mengantisipasi setiap peluang dan ancaman yang akan datang perusahaannya seperti perubahan pada lingkungan pemasarannya dan mengantisipasi setiap perubahan yang terjadi dalam lingkungannya serta menggunakan informasi yang tepat dalam pengambilan keputusan pembelian. Keputusan pembelian sebuah produk ini akan efektif jika di bantu oleh beberapa strategi yaitu seperti pelayanan, citra merek dan promosinya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pelayanan, citra merek, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kripik singkong di Ridho-Susi Silo Jember. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen UMKM onde-onde Buk Jaka. Sampel yang digunakan sebanyak 85 responden dengan menggunakan teknik *puposive sampling*. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan pelayanan, citra merek, dan promosi berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian UMKM onde-onde Buk Jaka.

**Kata kunci: pelayanan, citra merek, promosi, keputusan pembelian**

## **Abstract**

*Along with the development of science and technology, as well as the mindset of the community that is growing rapidly, it encourages companies to follow current developments so that they are not left behind by other companies. Like one of the MSMEs in the Bondowoso area, namely MSME onde-onde Buk Jaka which is engaged in the culinary field which was established in 2011 which currently has 5 permanent employees who are engaged in their respective fields. In its development, initially selling fried food, but the demand of the people in the Bondowoso area was more inclined to only onde-onde, so the owner only focused on onde-onde because people were more interested in fried food before. Because market dominance depends on what company the company can anticipate every opportunity and threat that will come its company such as changes in its marketing environment and anticipate any changes that occur in its environment and use the right information in making purchasing decisions. The decision to purchase a product will be effective if it is assisted by several strategies, such as service, brand image and promotion. The purpose of this study was to determine and analyze the service, brand image, and promotion had a significant effect on purchasing decisions of cassava chips in Ridho-Susi Silo Jember. The population in this study is the consumer of SMEs onde-onde Buk Jaka. The sample used was 85 respondents using a purposive sampling technique. The analysis tool uses multiple linear regression. The results of the study prove that service, brand image, and promotion have a significant partial and simultaneous effect on purchasing decisions of SMEs onde-onde Buk Jaka.*

*Keywords: service, brand image, promotion, purchase decision*

