

## RINGKASAN

**HESTI AGUSTIN**, analisis strategi branding terhadap keputusan pembelian pembelian pempek ikan di Desa Gumawang Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur. Dengan pembimbing utama Dr. Ema Pusvita S.P., M.Si dan pembimbing pendamping bapak Prof. Dr. Ir. Gribaldi, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi peningkatan *branding* produk pempek dan mengidentifikasi faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian produk pempek ikan di Desa Gumawang, Kecamatan Belitang, OKU Timur. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 50 dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Untuk menjawab rumusan masalah pertama alat analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Dan Threats) untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Dan untuk menjawab rumusan masalah ke dua menggunakan model analisis regresi logistik. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi yang direkomendasikan pada rumusan masalah penelitian ini adalah strategi pertumbuhan (*growth strategy*), yaitu strategi yang berorientasi pada pemanfaatan kekuatan untuk menangkap peluang secara maksimal. Dan hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, citra merek, dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk pempek ikan.

**Kata kunci:** SWOT, Branding, UMKM, Keputusan Pembelian.