

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya penurunan *market share* Mie Sedaap selama 3 (tiga) tahun berturut-turut yang mengidentifikasi terjadinya fenomena berhenti mengkonsumsi konsumen atas Mie Sedaap ke mie instan merek lain. Berdasarkan data yang diperoleh bahwa terjadi penurunan *market share* Mie Sedaap selama 3 tahun berturut-turut dari tahun 2008-2010.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan berhenti mengkonsumsi. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen Mie Sedaap yang telah berpindah ke mie instan merek lain dan jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 96 responden dengan menggunakan metode pengambilan teknik purposive sampling. Metode analisis yang digunakan untuk menguji data dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi linier berganda.

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan. Hasil uji secara parsial menemukan bahwa variabel kualitas produk, citra merek dan harga tidak ada pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berhenti mengkonsumsi. Sedangkan bila dilihat dari hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, citra merek dan harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan berhenti mengkonsumsi.

Kata kunci : Kualitas produk, Citra merek, Harga, Keputusan berhenti mengkonsumsi