

## ABSTRAKSI

Pada tahun-tahun terakhir, persaingan antara produsen mi instant di Indonesia makin marak. Para produsen mi instant di Indonesia berkompetisi untuk menciptakan produk mi instant yang berkualitas dan digemari masyarakat. Indomie, sebagai *market leader* mi instant di Indonesia mengalami penurunan pangsa pasar akibat datangnya pesaing yang tak kalah hebat yaitu Mi Sedap. Indomie telah melakukan tindakan agar konsumen tetap melakukan keputusan pembelian terhadap mi instant Indomie.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor kualitas, harga, dan distribusi terhadap keputusan pembelian mi instan merek Indomie. Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 100 mahasiswa, metode yang digunakan adalah non probability sampling, yaitu accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan metode analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan software SPSS.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap mi instant Indomie sebesar 0,404. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,396. Variabel distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,321. Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,626, hal ini berarti keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas, harga, dan distribusi sebesar 62,6%, sedangkan sisanya yaitu 37,4% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *kualitas, harga, distribusi, dan keputusan pembelian*