ABSTRAK

Rizka Aulia. 2021. Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Harga, Produk, Mie Indomie

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli mie instan merek Indomie.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin menggunakan rumus slovin. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa ada pengaruh faktor harga dan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar 28,092 dimana nilai ini lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 2,01 (31,327 > 2,01) dan nilai signifikansi F sebesar 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari tingkat nilai signifikansi yang telah ditentukan 0,10 (0,000 < 0,10). Secara parsial semua variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari dua faktor variabel tersebut faktor produk yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dari hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,596 > 1,290) atau nilai sig < α (0,000 < 0,10).