

ABSTARK

Makanan adalah salah satu kebutuhan pokok dalam diri manusia, tanpa makanan manusia tidak akan kuat menjalani aktivitasnya. Terdapat berbagai macam proses pembuatan makanan, diantaranya dengan berbagai tahapan atau dengan cara instan salah satunya adalah mie instan. Oleh karena itu, penulis mengambil mie instan sebagai objek penelitian khususnya produk merek Indomie dan Mie Sedap.

Indomie dan mie Sedaap adalah salah satu *brand* mie instan yang paling populer dikalangan konsumen, banyak konsumen yang membeli dan mengkonsumsi dua *brand* mie instan tersebut. Banyak cara-cara yang digunakan kedua *brand* tersebut untuk memperkenalkan produk-produknya tersebut kepada konsumen dengan cara melihat keputusan pembelian seperti *Analisis Faktor-faktor Determinan Keputusan Pembelian Mie Instan di Kota Bandung tahun 2016*. Keputusan pembelian tersebut dilakukan untuk membandingkan antara indomie dan mie sedaap yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian di konsumen.

Dalam penelitian ini metode yang dilakukan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Bandung dimana sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Indomie termasuk faktor yang paling determinan, karena banyak yang menyukai indomie dari segi kualitas rasa, packaging, iklan, promosi dan varian rasa yang unik.

Kata kunci: faktor determinan, keputusan pembelian