

ABSTRAK

Mie Instan adalah salah satu produk makanan yang mudah dan praktis untuk dibuat. Indonesia menempati peringkat kedua sebagai negara dengan permintaan mie instan terbanyak di dunia menurut data WINA pada tahun 2021. Sebagian masyarakat mengonsumsi mie instan dengan frekuensi yang cukup berlebihan. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh JakPat pada tahun 2022, sebesar 60% masyarakat Indonesia setidaknya mengonsumsi mie instan sebanyak 2 kali/ lebih dalam satu minggu. Ajaran Islam menganjurkan umatnya untuk mengonsumsi makanan yang tidak hanya halal, namun juga *thayyib* (baik), serta tidak berlebihan. Penelitian ini menganalisis pengaruh religiositas, kualitas produk, pendapatan, harga dan harga barang substitusi terhadap keputusan pembelian produk mie instan oleh konsumen muslim.

Populasi pada penelitian ini, konsumen muslim di Kabupaten Bandung. Teknik pengambilan sampel *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan kriteria responden yang sudah ditentukan. Pengambilan data sampel dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 210 responden muslim di Kabupaten Bandung. Metode penelitian menggunakan analisis regresi logistik biner.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh religiositas, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk mie instan oleh konsumen muslim. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel religiositas dan kualitas produk, serta pengaruh negatif dan signifikan pada variabel harga terhadap keputusan pembelian produk mie instan oleh konsumen muslim. Variabel pendapatan dan harga barang substitusi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mie instan oleh konsumen muslim.

Kata kunci: Mie instan, religiositas, kualitas produk, pendapatan, harga, harga barang substitusi, keputusan pembelian, konsumen muslim.

FEB UNDIP