

ABSTRAKSI

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Shukla (2009) dengan variabel yang diamati: faktor-faktor kontekstual, loyalitas merek, perpindahan merek, dan keputusan pembelian. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang melakukan Keputusan Pembelian Indomie oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, dimana terdapat kriteria tertentu yaitu mahasiswa yang mengkonsumsi makanan cepat saji, mudah didapat dan harganya terjangkau sehingga melakukan keputusan pembelian produk Indomie. Penelitian ini menguji 3 hipotesis yaitu : 1) Faktor-faktor kontekstual berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) Loyalitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan 3) Perpindahan merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan alat analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Faktor-faktor kontekstual berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Indomie oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, 2) Loyalitas merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Indomie oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, dan 3) Perpindahan merek berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian Indomie oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Kata kunci : Kontekstual, Loyalitas Merek, Perpindahan Merek, dan Keputusan Pembelian.