

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat beli mahasiswa pada katin di Universitas Jambi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam minat beli pada kantin Universitas Jambi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer yang didapat dari jawaban-jawaban kuesioner responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2017-2019. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *probability sampling* sampling dengan pendekatan *stratified Random Sampling* sampling. Teknik analisis yang digunakan ialah analisis regresi linear berganda. dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis lewat uji F dan uji t serta uji analisis koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan dari hasil uji hipotesis berdasarkan uji simultan menyatakan semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Secara parsial variabel harga (X_2) dan lokasi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sedangkan variabel kesadaran halal (X_1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli pada kantin Universitas Jambi, karena salah satunya dapat disebabkan oleh kantin pada Universitas Jambi belum memiliki jaminan produk halal (*halal self declare*) yang menjamin bahwa produk yang dijual oleh pelaku usaha adalah halal, dan kualitas pelayanan pelaku usaha tidak sesuai dengan yang diharapkan mahasiswa.

Kata kunci : Kesadaran Halal, Harga, Lokasi Dan Minat Beli.

ABSTRACT

This study aims to determine the buying interest of Jambi University canteen students and analyze the factors that influence the buying interest of Jambi University canteen students. This type of research is quantitative research with a descriptive approach. The data source used in this research is primary data obtained from the answers to the respondent's questionnaire, namely students of the Faculty of Economics and Business class of 2017-2019. The sampling technique in this study used probability sampling with a stratified random sampling approach. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. analysis of the data obtained in the form of quantitative analysis was carried out. Quantitative analysis includes validity and reliability tests, classical assumption tests, hypothesis testing through the F test and t test and analysis of the coefficient of determination (R^2).

The results showed that the results of testing the hypothesis based on the simultaneous test stated that all variables had a positive and significant effect on purchase intention. Partially the price variables (X_2) and location (X_3) have a positive and significant effect on purchase intention, while the halal awareness variable (X_1) has a negative and significant effect on buying interest in the Jambi University canteen, because one of them can be caused by the Jambi University canteen not having guaranteed products halal (halal self-declaration) which guarantees the halalness of the products sold by business actors, and the quality of service for business actors has not met student expectations.

Keywords: Halal Awareness, Price, Location And Buying Interest.