

## RINGKASAN

Perkembangan industri kopi di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat, khususnya di kalangan mahasiswa. Kopi tidak hanya dikonsumsi sebagai minuman penunjang aktivitas, tetapi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup. Seiring dengan perubahan pola konsumsi yang mengarah pada kepraktisan, harga terjangkau, dan kemudahan akses, kopi keliling muncul sebagai alternatif yang semakin diminati di lingkungan kampus. Namun, masih terdapat perbedaan persepsi mahasiswa terkait kualitas produk, kemudahan akses, serta kesesuaian kopi keliling dengan gaya hidup mahasiswa, yang berdampak pada tingkat minat beli. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kemudahan akses, dan gaya hidup mahasiswa terhadap minat beli kopi keliling pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kemudahan akses, dan gaya hidup, sedangkan variabel dependen adalah minat beli. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS, yang didahului oleh uji validitas, uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kemudahan Akses, Gaya Hidup, Minat Beli, Kopi Keliling.

## SUMMARY

The coffee industry in Indonesia has experienced significant growth, particularly among university students. Coffee consumption is no longer limited to supporting daily activities but has become an integral part of students' lifestyles. Along with changes in consumption patterns that emphasize practicality, affordability, and ease of access, mobile coffee vendors have emerged as an increasingly popular alternative in campus environments. However, differences in students' perceptions regarding product quality, accessibility, and lifestyle compatibility may influence their purchase intention toward mobile coffee. This study aims to analyze the effect of product quality, accessibility, and student lifestyle on purchase intention toward mobile coffee among students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Dharma Andalas, both partially and simultaneously.

This research employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents selected using purposive sampling. The independent variables in this study are product quality, accessibility, and lifestyle, while the dependent variable is purchase intention. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of SPSS software, preceded by validity tests, reliability tests, and classical assumption tests.

**Keywords:** Product Quality, Accessibility, Lifestyle, Purchase Intention, Mobile Coffee.