

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KESADARAN SOSIAL
TERHADAP PREFERENSI MAHASISWA
UNIVERSITAS QUALITY DALAM
MEMBELI MAKANAN UMKM
SECARA ONLINE**

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan transaksi makanan UMKM secara online di kalangan mahasiswa generasi Z menuntut pemahaman yang lebih mendalam mengenai factor-faktor yang memengaruhi preferensi pembelian mereka. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan kesadaran sosial terhadap preferensi mahasiswa Universitas Quality dalam membeli makanan UMKM secara *online*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 95 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Quality. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi mahasiswa dalam membeli makanan UMKM secara *online* dengan nilai t hitung sebesar $0,852 < t$ tabel $1,985$. Kesadaran sosial berpengaruh signifikan terhadap preferensi mahasiswa dalam membeli makanan UMKM secara *online* dengan nilai t hitung sebesar $5,819 > t$ tabel $1,985$. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai $0,505$, yang berarti bahwa gaya hidup dan kesadaran sosial secara bersama-sama memengaruhi preferensi mahasiswa sebesar $50,5\%$, sedangkan sisanya sebesar $49,5\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UMKM dan platform pemesanan makanan *online* dalam merancang strategi pemasaran yang berbasis nilai sosial, serta meningkatkan kesadaran mahasiswa dalam mendukung produk UMKM lokal. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan kajian terkait preferensi konsumen.

Kata kunci: Gaya hidup, Kesadaran Sosial, Preferensi Mahasiswa

**THE EFFECT OF LIFESTYLE AND SOCIAL AWARENESS ON
THE PREFERENCES OF QUALITY UNIVERSITY STUDENTS
IN PURCHASING FOOD FROM MICRO, SMALL, AND
MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) ONLINE**

ABSTRACT

The rapid growth of online MSME food transactions among Generation Z students requires a deeper understanding of the factors that influence their purchasing preferences. Therefore, the purpose of this study is to analyze the effect of lifestyle and social awareness on the preferences of Quality University students in purchasing MSME food products online. This study uses a quantitative method with multiple linear regression analysis techniques. Data were collected by distributing questionnaires to 95 respondents who were students at Quality University. The results show that lifestyle does not significantly influence students' preferences in purchasing MSME food products online, with a t -value of $0.852 < t$ -table 1.985 . Social awareness significantly influences students' preferences in purchasing MSME food products online, with a t -value of $5.819 > t$ -table 1.985 . In addition, the results of the coefficient of determination (R^2) test showed a value of 0.505 , which means that lifestyle and social awareness together influence student preferences by 50.5% , while the remaining 49.5% is influenced by other variables not examined in this study. Based on the results of this study, it is hoped that it can provide practical contributions to MSME entrepreneurs and online food ordering platforms in designing social value-based marketing strategies and increasing student awareness in supporting local MSME products. In addition, this study can be a reference for further research in developing studies related to consumer preferences.

Keywords: Lifestyle, Social Awareness, Student Preferences