

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas makanan, sertifikasi halal, dan citra merek terhadap minat beli mahasiswa pada produk Almaz Fried Chicken. Latar belakang penelitian ini didasari oleh tingginya pertumbuhan industri makanan cepat saji di Indonesia, namun masih didominasi oleh merek global. Brand lokal seperti Almaz Fried Chicken perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk meningkatkan daya saing di pasar domestik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, dan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Jakarta, dengan sampel sebanyak **108** responden yang diperoleh melalui purposive sampling. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner dengan skala Likert 1–6.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel harga, kualitas makanan, sertifikasi halal, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mahasiswa terhadap Almaz Fried Chicken Cinere. Secara simultan, keempat variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Temuan ini menunjukkan bahwa brand lokal dapat bersaing di pasar makanan cepat saji jika mampu mengelola strategi harga, kualitas, kehalalan, dan branding secara optimal.

Kata kunci: Harga, Kualitas Makanan, Citra Merek, Sertifikasi Halal, Minat Beli, Mahasiswa, Makanan Cepat Saji