Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Pshycology
University of Muhammadiyah Kalimantan Timur
ISSN 2776-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 34630-34634

Analisis Perbedaan Minat Siswa Membeli Di Kantin Bu Salma Dan Kantin Bu Iya Pada SMK Negeri 2 Tambusai Utara

Iklimah[1], Hendry Kurniawan[2], Heffi Christya Rahayu [3]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian
Email: iklimai84@gmail.com, hendrykurniawan@upp.ac.id, heffirahayu@upp.ac.id

Published: June , 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the differences in students' purchase intentions between Bu Salma's Canteen and Bu Iya's Canteen at SMK Negeri 2 Tambusai Utara. The study employed a quantitative approach using a comparative research design. The population consisted of 411 students, with a sample of 100 respondents selected through simple random sampling. Data were collected through observation and questionnaires using a Likert scale. Data analysis was conducted using descriptive and inferential statistics, including the Independent Samples t-Test, with the assistance of SPSS software.

The results indicate a significant difference in students' purchase intentions between Bu Salma's Canteen and Bu Iya's Canteen, with a significance value of 0.004 (< 0.05). The average purchase intention score for Bu Salma's Canteen (82.40) was higher than that of Bu Iya's Canteen (78.10). These findings suggest that students have different preferences when selecting a place to purchase food and beverages within the school environment. The differences in purchase intention are associated with students' perceptions of product quality, price, service quality, cleanliness, and canteen comfort. The study concludes that there is a significant difference in students' purchase intentions between the two canteens, with Bu Salma's Canteen demonstrating a higher level of purchase intention. The findings are expected to provide valuable insights for school administrators and canteen managers in improving product quality and service performance to better meet students' needs and preferences.

Keywords: *purchase intention, consumer behavior, school canteen, students, independent samples t-test.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan minat beli siswa pada Kantin Bu Salma dan Kantin Bu Iya di SMK Negeri 2 Tambusai Utara. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode komparatif. Populasi penelitian berjumlah 411 siswa, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling. Data dikumpulkan melalui observasi dan penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan inferensial menggunakan Independent Samples t-Test dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan minat beli siswa yang signifikan antara Kantin Bu Salma dan Kantin Bu Iya dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 (<0,05). Rata-rata minat beli siswa pada Kantin Bu Salma (82,40) lebih tinggi dibandingkan Kantin Bu Iya (78,10). Temuan ini mengindikasikan bahwa siswa memiliki preferensi yang berbeda dalam menentukan tempat pembelian makanan dan minuman di lingkungan sekolah. Perbedaan minat beli tersebut diduga berkaitan dengan persepsi siswa terhadap kualitas produk, harga, pelayanan, kebersihan, dan kenyamanan kantin.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan minat beli siswa yang signifikan antara kedua kantin, dengan Kantin Bu Salma menunjukkan tingkat minat beli yang lebih tinggi. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak sekolah dan pengelola kantin dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi siswa.

Kata kunci: minat beli, perilaku konsumen, kantin sekolah, siswa, uji beda.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Kantin sekolah merupakan salah satu fasilitas penting yang disediakan oleh pihak sekolah untuk memenuhi kebutuhan konsumsi siswa selama berada di lingkungan sekolah. Kehadiran kantin tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan dan minum, tetapi juga sebagai bagian dari upaya sekolah dalam menciptakan lingkungan yang sehat, nyaman, dan mendukung proses belajar mengajar Sari et.al, (2019). Lingkungan belajar yang kondusif dapat membedakan semangat dan kenyamanan siswa dalam beraktivitas di sekolah, termasuk dalam hal pemenuhan kebutuhan sehari-hari seperti makan dan minum,

Winda & Kusumayadi, (2021). Oleh karena itu, pengelolaan kantin sekolah menjadi aspek yang perlu diperhatikan agar sesuai dengan kebutuhan dan selera siswa.

Namun, yang sering terjadi di berbagai sekolah menunjukkan bahwa tidak semua siswa memiliki minat yang tinggi untuk membeli di kantin sekolah. Sebagian siswa justru memilih untuk membeli makanan dan minuman di luar area sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan minat beli yang menarik untuk dikaji, karena minat beli merupakan salah satu indikator penting dalam perilaku konsumen. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa minat beli merupakan awal tahap di mana konsumen membentuk pilihan terhadap suatu produk berdasarkan persepsi, pengalaman, dan informasi yang mereka peroleh sebelum akhirnya memutuskan. Pembelian serupa juga terjadi di SMK Negeri 2 Tambusai, di mana terdapat dua pilihan utama tempat bagi siswa untuk membeli makanan, yaitu kantin Bu Salma yang berlokasi di dalam area sekolah, dan kantin Bu Iya yang berada di luar lingkungan sekolah. Meskipun kantin Bu Salma merupakan fasilitas resmi yang disediakan oleh pihak sekolah dan memiliki pengawasan langsung dari sekolah, kenyataannya sebagian siswa lebih memilih untuk membeli makanan di kantin Bu Iya. Kondisi ini menandakan adanya perbedaan minat beli di antara siswa yang menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Perbedaan minat siswa dalam membeli di dua lokasi tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Schiffman dan Kanuk (2010), perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor internal (seperti motivasi, persepsi, dan sikap) serta faktor eksternal (seperti budaya, kelas sosial, kelompok referensi, dan lingkungan).

Dalam konteks siswa, faktor-faktor tersebut bisa diterjemahkan menjadi perbedaan selera terhadap rasa makanan, kebersihan tempat, harga, variasi menu, pelayanan penjual, maupun suasana tempat makan. Kantin Bu Salma mungkin lebih menonjol dalam hal kebersihan dan kedisiplinan karena berada di bawah pengawasan sekolah, sedangkan kantin Bu Iya mungkin lebih unggul dalam hal variasi menu dan harga yang lebih terjangkau.

Selain itu, Sumarwan (2018) menjelaskan bahwa perilaku konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan fungsional (seperti rasa lapar atau haus), tetapi juga oleh kebutuhan emosional, seperti keinginan untuk mendapatkan pengalaman yang menyenangkan, rasa kebersamaan dengan teman, atau bahkan sekadar variasi dari rutinitas yang sama setiap hari. Dalam konteks ini, siswa mungkin merasa lebih bebas dan santai ketika membeli makanan di luar sekolah, seperti di kantin Bu Iya, dibandingkan di lingkungan sekolah yang memiliki aturan tertentu.

Dari sisi psikologis, Miniard (2020) menambahkan bahwa minat beli juga berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap nilai produk. Apabila siswa memandang bahwa harga di kantin luar lebih murah namun rasa makanan lebih memuaskan, maka nilai yang dirasakan (*perceived value*) akan lebih tinggi, sehingga mendorong minat beli yang lebih besar terhadap kantin tersebut. Sebaliknya, jika siswa merasa bahwa kantin sekolah memberikan rasa aman, higienis, dan pelayanan yang cepat, maka minat beli mereka akan lebih condong ke kantin sekolah.

Fenomena ini penting untuk dikaji karena berkaitan langsung dengan strategi pengelolaan kantin sekolah agar dapat bersaing dengan kantin di luar lingkungan sekolah. Jika kantin sekolah tidak mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan siswa, maka tujuan utama penyediaan fasilitas kantin yaitu mendukung kesejahteraan siswa di sekolah tidak akan tercapai secara optimal.

Penelitian mengenai perbedaan minat beli ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata tentang faktor-faktor dominan yang memengaruhi preferensi siswa terhadap dua lokasi tersebut. Perbedaan minat beli siswa dapat disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain harga, rasa makanan, kebersihan, pelayanan, variasi menu, kenyamanan tempat, dan kedekatan lokasi. Faktor-faktor tersebut menjadi penentu utama dalam perilaku konsumen, termasuk dalam konteks siswa sekolah. Menurut teori perilaku konsumen, keputusan membeli dipengaruhi oleh persepsi, motivasi, serta pengalaman konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan （Azizah, 2020）. Dengan demikian, pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut menjadi penting bagi pengelola kantin sekolah agar mampu bersaing dengan kantin di luar sekolah.

Kantin internal sekolah memiliki keunggulan dari segi lokasi yang mudah dijangkau dan pengawasan langsung dari pihak sekolah. Namun, kantin Bu Iya di luar sekolah mungkin menawarkan keunggulan lain seperti harga yang lebih murah, porsi yang lebih banyak Handayani (2018), rasa yang lebih disukai siswa, atau suasana yang lebih bebas. Perbedaan inilah yang kemudian menciptakan variasi minat beli di kalangan

siswa.

Menurut Pratama (2021) perbedaan minat beli antara Kantin Bu Jaya dan Kantin Bu Marno mencerminkan bahwa siswa memiliki persepsi dan preferensi yang berbeda terhadap tempat membeli makanan. Kedua kantin ini memiliki karakteristik yang mungkin sama-sama menarik, namun dalam aspek yang berbeda — seperti rasa, harga, lokasi, kebersihan, variasi menu, dan pelayanan. Perbedaan inilah yang menarik untuk dianalisis agar dapat diketahui faktor dominan yang paling berpengaruh terhadap minat beli siswa dan keputusan pembelian.

Penelitian mengenai analisis perbedaan terhadap pembelian dan minat siswa di Kantin Bu Salma dan Kantin Bu Iya di luar Kantin SMK Negeri 2 Tambusai Utara diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang perilaku konsumsi siswa di lingkungan pendidikan. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak sekolah dalam memberikan edukasi tentang konsumsi sehat dan pengelolaan kantin yang lebih menarik bagi siswa, serta bagi pemilik kantin dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen, khususnya siswa sekolah.

Menurut Sumarwan (2011), perilaku konsumen pada dasarnya dipengaruhi oleh dua motivasi utama, yaitu motivasi fungsional dan emosional. Motivasi fungsional berhubungan dengan kebutuhan dasar seperti rasa lapar, kenyamanan, dan harga, sedangkan motivasi emosional terkait dengan pengalaman sosial, suasana, serta kesenangan yang dirasakan. Dalam konteks siswa, minat untuk membeli di kantin tertentu sering kali juga dipengaruhi oleh suasana tempat dan interaksi sosial dengan teman-teman Rahmawati, (2020).

Berdasarkan pengamatan awal di SMK Negeri 2 Tambusai Utara, terlihat adanya perbedaan faktor dominan yang memengaruhi pilihan siswa terhadap dua kantin tersebut. Kantin Bu Salma cenderung lebih menonjol dalam aspek rasa makanan, kebersihan, dan pelayanan, sedangkan Kantin Bu Iya unggul dalam hal harga, variasi menu, dan pengaruh teman sebaya. Perbedaan inilah yang menjadi dasar perlunya dilakukan penelitian yang lebih mendalam untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor tersebut memengaruhi minat beli siswa, serta faktor mana yang paling dominan pada masing-masing kantin.

Tabel 1.1 Analisis Faktor-Faktor yang Membedakan Minat Beli Siswa di Kantin Ibu salma dan Kantin Ibu Iya

No	Faktor yang Membedakan Minat Beli	Pernyataan Penilaian	Skor Rata- Rata Pada Kantin Bu Salma	Skor Rata-Rata Pada Kantin Bu Iya
1	Harga	Keterjangkauan harga, kesesuaian dengan kualitas makanan	9 Responden	6 Responden
2	Rasa dan Kualitas Makanan	Kelezatan, kesegaran, cita rasa yang sesuai selera siswa	7 Responden	8 Responden
3	Kebersihan dan Higienitas	Kebersihan tempat, alat makan, dan bahan makanan	11 Responden	4 Responden
4	Pelayanan	Keramahan penjual, kecepatan pelayanan, dan perhatian terhadap pelanggan	9 Responden	6 Responden
5	Variasi Menu	Banyaknya pilihan makanan dan minuman yang ditawarkan	8 Responden	7 Responden
6	Lokasi dan Aksesibilitas	Kemudahan dijangkau, kedekatan dengan area sekolah	7 Responden	8 Responden
7	Kenyamanan Tempat	Suasana, tempat duduk, ventilasi, dan kebersihan	5 Responden	10 Responden

Sumber: Observasi awal melalui form,diakses pada 19 Oktober2025

Berdasarkan Tabel 1.1 mengenai Analisis Faktor-Faktor yang Membedakan Minat Beli Siswa di Kantin Bu Salma dan Kantin Bu Iya. Terdapat 7 Pernyataan dari faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli siswa diantaranya adalah Keterjangkauan harga, kesesuaian dengan kualitas makanan. Terdapat 15 Responden yang menjadi pernyataan, dengan 11 responden pada pernyataan Kebersihan tempat, alat makan, dan bahan makanan pada kantin Ibu Salma. Selanjutnya ada 10 Responden pada pernyataan pada kantin Ibu Iya. Dengan hal yang demikian ada 4 Responden yang menjawab pada kantin Ibu Iya pada pernyataan Kebersihan tempat, alat makan, dan bahan makanan.

Berdasarkan penjabaran latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk membahas jauh lebih lanjut melakukan penelitian dengan judul: Analisis Perbedaan Minat Siswa Membeli Di Kantin Bu Salma Dan Kantin Bu Iya pada SMK Negeri 2 Tambusai Utara. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat perbedaan minat siswa dalam membeli di Kantin Bu Salma dan Kantin Bu Iya di luar Kantin SMK Negeri 2 Tambusai Utara?
2. Bagaimana perbandingan minat beli antara kantin Bu Iya dan Bu Salma?

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk menganalisis perbedaan minat beli siswa terhadap dua kantin sekolah di SMKN 02 Tambusai Utara. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran variabel secara objektif dan pengujian hipotesis melalui analisis statistik.

Populasi penelitian mencakup seluruh siswa SMKN 02 Tambusai Utara yang berjumlah 411 orang. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 100 responden yang dipilih melalui teknik simple random sampling agar setiap siswa memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel.

Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung dan penyebaran kuesioner kepada siswa, sedangkan data sekunder berasal dari buku, jurnal, arsip sekolah, dan literatur pendukung lainnya. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur variabel minat beli, yang meliputi dimensi minat transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif.

Sebelum digunakan, instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan ketepatan serta konsistensi pengukuran. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan tingkat capaian variabel, kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik berupa uji normalitas dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan Independent Samples t-Test untuk mengetahui perbedaan rata-rata minat beli siswa antara kantin Bu Salma dan kantin Bu Iya. Seluruh proses analisis dibantu dengan perangkat lunak SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa minat beli siswa terhadap kantin sekolah berada pada kategori tinggi. Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) untuk variabel minat beli berkisar antara 84,6% hingga 93,4%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar siswa memiliki kecenderungan positif dalam melakukan pembelian di kantin sekolah. Variabel kantin juga memperoleh nilai TCR pada kategori sangat baik, yaitu antara 91,0% hingga 93,4%.

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa data memenuhi persyaratan analisis statistik. Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200 (>0,05), sehingga data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,742 dan VIF sebesar 1,347, yang mengindikasikan tidak terjadi multikolinearitas. Selain itu, hasil uji heteroskedastisitas melalui scatterplot menunjukkan penyebaran titik yang acak sehingga model bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Hasil uji beda rata-rata (Independent Samples t-Test) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 3,01 dengan nilai signifikansi 0,004 (<0,05). Temuan ini mengindikasikan adanya perbedaan minat beli siswa yang signifikan antara Kantin Bu Salma dan Kantin Bu Iya. Rata-rata minat beli siswa pada Kantin Bu Salma (82,40) lebih tinggi dibandingkan Kantin Bu Iya (78,10). Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R^2 sebesar 0,649, yang berarti model mampu menjelaskan 64,9% variasi minat beli siswa,

sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Discusion

Temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan minat beli siswa yang signifikan antara Kantin Bu Salma dan Kantin Bu Iya. Hasil ini mengindikasikan bahwa siswa memiliki preferensi yang berbeda dalam menentukan tempat pembelian makanan dan minuman di lingkungan sekolah. Secara deskriptif, minat beli siswa cenderung lebih tinggi pada Kantin Bu Salma dibandingkan Kantin Bu Iya.

Perbedaan tersebut dapat dijelaskan melalui teori minat beli yang menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap atribut produk dan layanan, seperti kualitas produk, harga, variasi menu, pelayanan, dan kenyamanan tempat (Kotler & Keller, 2016). Siswa yang memiliki persepsi positif terhadap atribut-atribut tersebut cenderung menunjukkan minat beli yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan winda & Kusumayandi (2021) yang menyatakan bahwa perbedaan minat beli konsumen dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan, harga, kenyamanan, dan variasi produk yang ditawarkan. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan dan produk pada kantin sekolah dapat menjadi strategi penting untuk meningkatkan minat beli siswa serta mempertahankan loyalitas konsumen di lingkungan sekolah.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan minat beli siswa pada Kantin Bu Salma dan Kantin Bu Iya di SMK Negeri 2 Tambusai Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan minat beli siswa yang signifikan antara kedua kantin. Rata-rata minat beli siswa pada Kantin Bu Salma lebih tinggi dibandingkan dengan Kantin Bu Iya. Temuan ini mengindikasikan bahwa preferensi siswa terhadap kantin dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap berbagai atribut kantin, seperti kualitas produk, harga, pelayanan, dan kenyamanan. Berdasarkan hasil penelitian, pengelola kantin disarankan untuk meningkatkan kualitas produk, pelayanan, kebersihan, serta kenyamanan lingkungan kantin guna meningkatkan minat beli siswa. Selain itu, variasi menu yang lebih beragam dan strategi promosi yang menarik dapat menjadi upaya untuk meningkatkan daya tarik kantin bagi siswa. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi minat beli siswa, seperti pengaruh teman sebaya, promosi digital, kualitas pelayanan, dan lingkungan sosial. Penelitian mendatang juga dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar atau mengombinasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif agar memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku pembelian siswa di lingkungan sekolah.

REFERENSI

Anjani, R., & Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen* (Edisi ke-5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 25* (Edisi ke-9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Pearson Education.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Ghalia Indonesia.

Sumarwan, U. (2018). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran* (Edisi revisi). Ghalia Indonesia

Winda & Kusumayandi (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Masa Pandemik Covid-19 di Kantin Yuank Kota Bima (Studi Kasus Pada Pengunjung Kantin Yuank Kota Bima). (2021). *JIMU (JURNAL ILMIAH MANAJEMEN UBHARA)*, *3*(2). https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JIMU/article/view/2841