

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 menjadikan semua orang di dunia diharuskan untuk menetap dan menahan diri di dalam ruangan yang bertujuan untuk memutuskan rantai penyebaran Covid-19. Namun demikian, setiap orang diharuskan melakukan kegiatan konsumsi pada masa pandemi, dengan keadaan seperti ini adanya kurir makanan *online* seperti GoFood, ShopeeFood maupun GrabFood sangatlah dibutuhkan untuk melakukan kegiatan konsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor religiusitas, produk, promosi, serta *review* dan *rating* terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi pemesanan makanan *online*.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data yang berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro, khususnya jurusan Ekonomi Islam yang menggunakan aplikasi pemesanan makanan *online*. Jumlah sampel sebanyak 100 mahasiswa yang diambil dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang menggunakan SPSS versi 22.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi pemesanan makanan *online* adalah produk. Secara simultan, hasil yang diperoleh dari religiusitas, produk, promosi, serta *review* dan *rating* adalah berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi pemesanan makanan *online*.

Kata kunci: Religiusitas, produk, promosi, review dan rating, pemesanan makanan online.