

## ABSTRAK

Teknologi dan sistem informasi terus berkembang pesat, memudahkan berbagai aktivitas manusia di berbagai bidang. Di Indonesia, penggunaan internet terus meningkat, terutama selama pandemi COVID-19 yang mendorong munculnya sistem work from home dan school from home. Fenomena ini juga memicu pertumbuhan layanan pesan antar melalui platform digital, seperti *Mobile Food Ordering Apps* (MFOA), yang membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam pertumbuhan ekonomi. Meskipun demikian, terdapat beberapa kasus dimana konsumen tidak mendapatkan produk yang sesuai pada deskripsi produk. Selain itu, permasalahan seperti aplikasi penyedia layanan yang sering mengalami perbaikan hingga terjadi kesalahan sistem, menjadi salah satu faktor yang menghambat konsumen untuk menggunakan layanan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan melalui layanan pesan antar di kalangan mahasiswa di Universitas Diponegoro.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Dalam melakukan pengumpulan data, peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang dibagikan secara online menggunakan platform *google form*. Total sebanyak 127 jawaban responden digunakan dalam menguji hubungan antar variabel independen yang meliputi Label Halal, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian makanan melalui layanan pesan antar menjadi variabel dependen. Alat analisis *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 26 digunakan dalam proses pengujian instrumen dan analisis data dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini mengungkap dua dari tiga variabel independen yaitu Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terbukti secara statistik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan melalui layanan pesan antar di kalangan mahasiswa muslim di Universitas Diponegoro. Sedangkan variabel Label Halal tidak terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan melalui layanan pesan antar di kalangan mahasiswa muslim di Universitas Diponegoro.

**Kata kunci:** Keputusan Pembelian, Layanan Pesan Antar, Label Halal, Kualitas Produk, Kualitas Layanan