

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 sangatlah dibutuhkan untuk melakukan kegiatan konsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor religiusitas, produk, promosi, psikologi, dan teknologi terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi GoFood.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data yang berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa muslim Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro yang menggunakan aplikasi GoFood. Jumlah sampel sebanyak 100 mahasiswa yang diambil dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang menggunakan SPSS versi 23.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi GoFood adalah promosi, psikologi, dan teknologi. Variabel yang paling dominan yaitu variabel teknologi karena penggunaan teknologi yang sudah menjadi kebutuhan pada zaman ini dan digunakan untuk mencari informasi dan komunikasi dalam sistem *online* dapat meningkatkan penggunaan aplikasi GoFood bagi konsumen. Variabel yang tidak berpengaruh dan signifikan secara parsial adalah produk dan religiusitas terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi GoFood. Secara simultan, hasil yang diperoleh dari religiusitas, produk, promosi, psikologi, dan teknologi adalah berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan aplikasi GoFood.

Kata kunci: Religiusitas, produk, promosi, psikologi, teknologi, dan penggunaan aplikasi GoFood.