

ABSTRAK

Perkembangan internet dan *smartphone* terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman dan telah banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Seiring meningkatnya perkembangan internet dan *smartphone*, maka banyak restoran atau rumah makan menjual produknya melalui *online*. Hal itu membuat masyarakat menjadi terbantu dalam melakukan pemesanan makanan tanpa harus datang langsung ke restoran dan antri. Dengan adanya aplikasi pesan antar makanan secara *online*, maka sangat membantu masyarakat yang tinggal di kota-kota besar terutama di Kota Bogor yang memiliki tingkat kemacetan yang tinggi.

Penelitian ini memiliki 8 variabel yaitu *hedonic motivation*, *price saving orientation*, *time saving orientation*, *prior online purchase experience*, *convenience motivation*, *post usage usefulness*, *attitude towards OFD service* dan *behavioral intention towards OFD service*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antar variabel *hedonic motivation* dengan *convenience motivation*, *hedonic motivation* dengan *post usage usefulness*, *prior online purchase experience* dengan *convenience motivation*, *prior online purchase experience* dengan *post usage usefulness*, *price saving orientation* dengan *convenience motivation*, *price saving orientation* dengan *post usage usefulness*, *time saving orientation* dengan *convenience motivation*, *time saving orientation* dengan *post usage usefulness*, *convenience motivation* dengan *post usage usefulness*, *convenience motivation* dengan *attitude towards OFD service*, *convenience motivation* dengan *behavioral intention towards OFD service*, *post usage usefulness* dengan *attitude towards OFD service*, *post usage usefulness* dengan *behavioral intention towards OFD service* dan *attitude towards OFD service* dengan *behavioral intention towards OFD service*.

Sampel yang digunakan di penelitian ini berjumlah 200 responden yang merupakan pengguna aplikasi *online food delivery* (OFD). Pengumpulan responden menggunakan teknik *sampling* non-probabilitas, yaitu *snowball* dan jumlah item kuesioner berjumlah 28 pertanyaan. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah PLS-SEM dengan *software* WarpPLS 7.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa yang mempengaruhi niat perilaku konsumen menggunakan layanan pesan antar makanan secara *online* di Kota Bogor adalah *Convenience Motivation*, *Post Usage Usefulness* dan *Attitude Towards OFD Services*. Faktor *Convenience Motivation* dipengaruhi oleh *Prior Online Purchase Experience* dan *Time Saving Orientation*. Faktor *Post Usage Usefulness*

dipengaruhi oleh *Hedonic Motivation*, *Prior Online Purchase Experience* dan *Convenience Motivation*. Faktor *Attitude Towards OFD Services* dipengaruhi oleh *Convenience Motivation* dan *Post Usage Usefulness*.

Untuk perusahaan OFD diharapkan untuk memperhatikan kinerja layanan pesan antar makanan seperti memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen dengan menciptakan pengalaman berbelanja yang mengesankan dan menjaga efektivitas pelayanan pesan antar makanan.

Kata Kunci: *online food delivery, PLS-SEM, snowball*