

ABSTRAK

Karena pertumbuhan internet segala, aplikasi dan ponsel pintar, industri makanan dan aplikasi pesan-antar makanan online (OFD) tumbuh secara signifikan. Mengingat pertumbuhannya yang pesat, bisnis pesan-antar makanan di Indonesia memiliki ruang yang sangat besar untuk berkembang. Terbukti selama pandemi COVID-19, pengeluaran rutin terbesar masyarakat Indonesia adalah membeli makanan melalui aplikasi pesan-antar melalui internet.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Upaya, Pengaruh Sosial, Kondisi Fasilitasi, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, Kebiasaan, dan Kepercayaan terhadap niat berkelanjutan menggunakan aplikasi OFD di Indonesia dengan menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang dimodifikasi, dengan menyertakan Kepercayaan sebagai variabel tambahan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis kausal dan deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 275 responden. Penelitian ini menggunakan alat analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software* statistik SmartPLS 3.0.

Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki sikap yang baik terhadap keberlanjutan penggunaan aplikasi OFD. Nilai R^2 menunjukkan bahwa Kebiasaan, Kepercayaan, dan Pengaruh Sosial memiliki pengaruh sebesar 61,7% terhadap Niat Berkelanjutan menggunakan aplikasi OFD di Indonesia. Sedangkan variabel umur memoderasi Kebiasaan dan Kepercayaan; jenis kelamin memoderasi Kebiasaan menuju niat berkelanjutan.

Berdasarkan temuan ini, penyedia layanan aplikasi OFD harus: (1) memberikan insentif uang untuk mendorong keterlibatan pengguna; (2) berkolaborasi dengan semua pemangku kepentingan untuk menyediakan informasi yang diperlukan pengguna untuk meningkatkan kepercayaan konsumen; dan (3) masuk ke dalam kelompok/komunitas sosial yang signifikan.

Kata kunci: *continuance intention*; COVID-19; Indonesia; *Online Food Delivery* (OFD); UTAUT2