

ABSTRAK

Seminar hasil dilaksanakan untuk menjelaskan tentang hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat pelanggan generasi Z untuk menggunakan layanan pesan antar makanan daring selama masa pandemi COVID-19. Jenis dari penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data adalah penggunaan kuesioner daring yang disebarakan melalui *google forms*, dan studi literatur yang meliputi jurnal penelitian-penelitian sebelumnya. Populasi dari penelitian ini adalah generasi Z di Jabodetabek yang pernah menggunakan layanan pesan antar daring, sementara sampelnya adalah generasi Z dari Jabodetabek sebanyak 150 orang yang merupakan responden dari kuesioner.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh dari *perceived usefulness*, *trust*, dan *time saving benefits* terhadap niat pelanggan generasi Z untuk menggunakan layanan pesan antar makanan daring selama masa pandemi COVID-19. Sedangkan, tidak ada pengaruh yang signifikan dari *perceived ease of use*, *price saving benefits*, *food safety risk perception*, *perceived severity*, dan *perceived vulnerability* terhadap niat pelanggan generasi Z untuk menggunakan layanan pesan antar daring. Saran bagi penelitian selanjutnya adalah untuk menggunakan uji asumsi klasik sebagai persyaratan analisis regresi linear berganda, melakukan penelitian di kota-kota lain, menambahkan variabel independen lainnya, memfokuskan terhadap satu layanan pesan antar daring secara

spesifik, dan menanyakan mengenai preferensi konsumen mengenai *dine in* atau memesan makanan secara daring.

Keywords: generasi z, layanan pesan antar makanan daring, COVID-19

