

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi berbasis internet memberikan dampak positif bagi manusia, yaitu memudahkan dalam berinteraksi, bertukar informasi dalam berbagai aktivitasnya dan menambah trend perkembangan teknologi dengan segala bentuk kreativitas manusia. Seiring dengan kemajuan teknologi tersebut maka manusia semakin mudah dalam memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya. Perusahaan dibidang transportasi yang memanfaatkan kemajuan teknologi ini adalah manajemen Gojek. Salah satu fitur layanan yang tersedia pada aplikasi Gojek adalah *Go-Food*, yaitu layanan pesan antar (*delivery*) yang diberikan perusahaan Gojek untuk membelikan dan mengantarkan pesanan makanan kepada penggunanya. Dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan kenyamanan terhadap keputusan penggunaan *Go-Food*. Penelitian ini menggunakan pengujian regresi linier berganda. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember dengan kriteria pengguna atau pernah menggunakan *Go-Food*. Adapun pengambilan sampel dengan metode *Slovin* sebanyak 95 responden. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pada *Go-Food*.

**Kata Kunci:** Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, Kenyamanan dan Keputusan Penggunaan



## **ABSTRACT**

*The development of internet-based information technology has a positive impact on humans, namely facilitating interaction, exchanging information in various activities and adding to the trend of technological development with all forms of human creativity. Along with the advancement of technology, it is easier for humans to fulfill their various needs in life. The company in the transportation sector that takes advantage of this technological advancement is Gojek management. One of the service features available on the Gojek application is Go-Food, which is a delivery service provided by the Gojek company to buy and deliver food orders to its users. This research was conducted to determine the effect of perceptions of ease, benefit, and convenience on the decision to use Go-Food. This study uses multiple linear regression testing. The population used is undergraduate students at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Jember with the criteria of being a user or having used Go-Food. As for sampling with the Slovin method as many as 95 respondents. The results of the partial test (t test) show that perceptions of convenience, usefulness, and convenience have a positive and significant effect on the decision to use Go-Food.*

*Keywords: Perceived Convenience, Usefulness, Convenience and Decision to Use*

