

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini sejalan dengan berkembangnya angkutan berbasis aplikasi, kehadiran ojek online atau taksi online saat ini semakin populer. Pemesanan angkutan menggunakan aplikasi yang bisa di *download* gratis melalui *smartphone*, setiap user bisa memesan layanan ini dari mana saja dan kapan saja. Salah satu ojek online yang diminati oleh masyarakat adalah Go-Jek karena dapat melakukan transaksi tanpa harus bertemu langsung antara produsen dan konsumen, contoh halnya seperti saat dalam keadaan yang tidak memungkinkan untuk keluar rumah untuk membeli makanan atau memaksa mereka untuk memesan makanan melalui online dengan menggunakan aplikasi digital seperti fitur *Go-Food* yang dimiliki Go-Jek.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi Gojek fitur Go-Food. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang melibatkan 100 orang responden yang menggunakan jasa Go-jek fitur Go-Food dengan mengambil sampel melalui teknik nonprobability sampling dan purposive sampling, metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur/path, analisis data menggunakan *software* SmartPLS versi 3.0.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel sikap berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Norma subjektif berpengaruh secara positif namun tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kontrol perilaku berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Lalu pengujian variabel intervening menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan sikap terhadap keputusan pembelian melalui norma subjektif sebagai intervening dan tidak terdapat pengaruh signifikan kontrol perilaku terhadap keputusan pembelian melalui norma subjektif sebagai intervening.

Bedasarkan hasil penelitian, dari hasil penelitian dari variabel mediasi ternyata norma subjektif tak berperan sebagai mediasi. Ini menunjukkan bahwa secara umum, perlu dicari variabel lain untuk efek mediasinya.

Kata Kunci :Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, dan Keputusan Pembelian.