

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin canggih memungkinkan berbagai kegiatan dapat dilakukan dengan lebih praktis, mudah dan cepat. Salah satu bentuk perkembangan teknologi yang banyak digemari oleh masyarakat terutama oleh Generasi Z dan Milenial adalah layanan *Online Food Delivery* (OFD). Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Hedonic Motivation, Convenience Motivation, Restaurant Credibility, Perceived Ease of Use, Privacy and Security, Information Quality, Intention to Use* dan *Actual Use* layanan GoFood di aplikasi Gojek pada Generasi Z dan Milenial.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan GoFood di Indonesia dengan 390 responden yang diambil dari penyebaran kuesioner dalam bentuk Google Form yang disebarluaskan melalui sosial media. Pengambil sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan olah data menggunakan SmartPLS 3.2.9. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden terbanyak berasal dari Generasi Z dan Milenial. Kemudian, hasil olah data menggunakan SmartPLS menunjukkan bahwa variabel *Hedonic Motivation, Convenience Motivation, Restaurant Credibility, Perceived Ease of Use, Privacy and Security, dan Information Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Intention to Use*. Selanjutnya, variabel *Intention to Use* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *Actual Use*.

Kesimpulan dari penelitian ini, layanan GoFood terbukti digemari oleh masyarakat terutama oleh Gen Z dan Milenial. Oleh karena itu, Perusahaan Gojek harus selalu menerapkan strategi pemasaran dan segmentasi pasar yang efektif agar dapat mempertahankan *Intention to Use* (ITU) dan *Actual Use* pada layanan GoFood.

**Kata Kunci:** *Online Food Delivery, Hedonic Motivation, Convenience Motivation, Restaurant Credibility, Perceived Ease of Use, Privacy and Security, Information Quality, Intention to Use, Actual Use.*