

ABSTRAK

Perkembangan aplikasi *delivery food* mendorong perubahan perilaku penggunaan kembali, khususnya pada Generasi Z Muslim. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, diskon, kualitas layanan, dan kepatuhan syariah terhadap keputusan penggunaan kembali aplikasi *delivery food* pada Generasi Z Muslim.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan regresi logistik karena variabel keputusan penggunaan bersifat dikotomis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, diskon, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kembali aplikasi *delivery food*. Sementara itu, kepatuhan syariah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kembali. Secara simultan, seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kembali aplikasi *delivery food*. Temuan ini menunjukkan adanya perbedaan antara nilai normatif kepatuhan syariah yang diyakini responden dan perilaku aktual dalam pengambilan keputusan penggunaan kembali aplikasi.

Kata kunci: Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Diskon, Kualitas Layanan, Kepatuhan Syariah, Keputusan Penggunaan Kembali.

