

ABSTRAK

Febrianto, Alvin, 2020, *Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Media Sosial Whatsapp Dalam Penjualan Toko Kelontong*, Tugas Akhir, Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Dosen Pembimbing : Yunia Dwie Nurcahyanie.,ST., M.T.

Toko kelontong adalah salah satu ritel waralaba yang banyak dilakukan oleh masyarakat, tetapi banyak yang masih sederhana. Saat ini, penggunaan media sosial menjadi alternatif untuk dapat meningkatkan dan mengembangkan toko kelontong. Penggunaan aplikasi media sosial seperti *whatsapp* bisa menjadi solusi bagi pemilik toko kelontong untuk bidang penjualan. Mengetahui pengaruh *perceive ease of use* terhadap *perceived usefulness*, pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude toward*, pengaruh *perceive ease of use* terhadap *attitude toward*, pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use*, pengaruh *attitude toward* terhadap *intention to use*, pengaruh *trust* terhadap *attitude toward*, pengaruh *trust* terhadap *intention to use*, pengaruh *perceived behavior control* terhadap *intention to use*, pengaruh *subjective norm* terhadap *intention to use*, pada penggunaan media sosial *whatsapp* dalam penjualan toko kelontong. Penggunaan media sosial ini akan diteliti apakah memiliki pengaruh dengan menggunakan metode *Technology Acceptance Model (TAM)*. Penelitian ini selanjutnya akan menjelaskan bagaimana pengaruh penggunaan media sosial *whatsapp* terhadap penjualan toko kelontong di Toko Beras Hitam, Surabaya. Penelitian ini juga menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* dengan alat bantu hitung *Partial Least Square*. Data diperoleh dari responden yang merupakan customer dari toko beras hitam sebanyak 100 sampel.

Hasil dari penelitian ini adalah terdapat 5 variabel yang berhubungan dengan variabel lainnya. Salah satunya variabel *perceived behaviour control* terhadap *intention of use* dalam penggunaan media sosial *whatsapp* dalam penjualan toko kelontong. Kesimpulannya adalah pihak toko harus meningkatkan aspek *behaviour control* atau kontrol perilaku terhadap pelanggan agar dapat meningkatkan aspek penjualan toko kelontong.