

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor penggunaan media sosial terhadap efektivitas penggunaan ShopeeFood dalam meningkatkan kinerja usaha pada Pelaku UMKM bidang *Food & Beverage* di Kecamatan Limo. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang dalam penelitian ini variabel independen merupakan variabel adopsi media sosial dengan faktor kesesuaian, efektivitas biaya, kepercayaan, serta interaktivitas yang mempengaruhi variabel dependen yaitu peningkatan kinerja usaha. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kesesuaian, efektivitas biaya, kepercayaan, serta interaktivitas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Efektivitas Penggunaan aplikasi ShopeeFood dalam meningkatkan kinerja usaha, kemudian variabel faktor kesesuaian, efektivitas biaya, faktor kepercayaan, dan faktor interaktivitas mampu menjelaskan variasi naik/turunnya Efektivitas Penggunaan aplikasi ShopeeFood dalam meningkatkan kinerja usaha sebesar 79.1%. Sedangkan sisanya sebesar 20.9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Kata Kunci: Efektivitas Penggunaan, Peningkatan Penjualan, Kesesuaian, Efektivitas Biaya, Kepercayaan, Interaktivitas

ABSTRACT

This study aims to identify the factors of using social media on the effectiveness of using ShopeeFood in improving business performance in MSME actors in the field of Food & Beverage in Limo District. This research is a quantitative descriptive research in which the independent variable is the social media adoption variable with the factors of suitability, cost-effectiveness, trust, and interactivity that affect the dependent variable, namely increasing business performance. The data collection method was carried out by distributing questionnaires in the form of a Google form. The data analysis used was multiple linear regression analysis using the SPSS application. The results of the study show that the variables of suitability, cost-effectiveness, trust, and interactivity partially have a significant influence on the Effectiveness of Using the ShopeeFood Application in improving business performance. Then the variable suitability factor, cost-effectiveness, trust factor, and interactivity factor can explain the variation in the increase/decrease in the Effectiveness of Using the ShopeeFood Application in increasing business performance by 79.1%. While the remaining 20.9% is explained by other variables not included in the research model.

Keywords: *Effectiveness of Use, Increased Sales, Appropriateness, Cost Effectiveness, Trust, Interactivity*