

## ABSTRAK

Saat ini banyak sekali bisnis yang bergerak di bidang kuliner seperti rumah makan dan restaurant cepat saji. Salah Perkembangan teknologi dan informasi di Indonesia semakin berkembang dan memberi dampak yang besar bagi kehidupan manusia saat ini. Kemudahan akses internet dimanfaatkan oleh orang-orang untuk melakukan transaksi online karena banyak memberikan keuntungan bagi pembeli dan penjual. Kondisi permasalahan diatas, akan dijadikan dasar penelitian tentang persepsi pengguna dalam mengakses dan menggunakan situs marketplace dengan judul yaitu “Analisis Persepsi Pengguna Situs Marketplace Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus Pada Tokopedia)”.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah konklusif atau penelitian kausal. Setting penelitian ini adalah non contrived setting. Variabel independen pada penelitian ini adalah *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, *Attitude Toward Using*, dan *Behavioral Intention*. Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna e-commerce Tokopedia di seluruh Indonesia. Sampel ini diambil secara acak dari keseluruhan sampel yang bersedia mengisi kuesioner ini. Teknik analisis data menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) dengan Software smart PLS 3.2.7.

Berdasarkan hasil penelitian yang dibuat, maka hasil penelitian, didapat bahwa 1) *Perceived Ease Of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use*. 2) *Peceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use*. 3) *Attitude Toward Using* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use*. 4) *Behavioral Intention to Use* berpengaruh signifikan terhadap *Actual Usage*.