

ABSTRACT

TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL IN THE USE OF *FACEBOOK* AS A PROMOTIONAL MEDIA

By

LUCKY TRISSANTAMA

One of marketing strategy that is being developed at this time is through the Internet as a media, particularly social networking Facebook which is currently being developed so fast, marketing using social networking media has become a fast information distribution, extensive, and accessible with a relatively affordable cost. Researchers interested in researching whether the benefits and ease use of the social networking sites Facebook can provide significant leverage to the marketers in marketing their products. This study adopted from research conducted by Agus & Sensuse (2005).

The data processed by using Path Analysis Trimming Model which is a development of multi-regression analysis in order to determine the direct and indirect effects of the independent variable to dependent variable.

The results of this study through changes of technology acceptance model in which having a significant influence on variable of benefit toward attitude for Facebook using, ease of the use of Facebook behavior, the benefits toward Facebook using as a promotional media, and also the behaviour of using toward Facebook using as a promotional media. These caused by the difference on sample taken from previous research as it samples are respondents whom not yet using technology, meanwhile this study has taken samples of respondents whom had using technologies.

Key Words: Technology Acceptance Model, *Facebook*, promotional media, path analysis trimming model

ABSTRAK

MODEL PENERIMAN TEKNOLOGI DALAM PENGGUNAAN *FACEBOOK* SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Oleh

LUCKY TRISSANTAMA

Salah satu strategi pemasaran yang sedang berkembang saat ini adalah melalui media internet, khususnya jejaring sosial Facebook dimana saat ini sedang berkembang sedemikian pesatnya, pemasaran dengan menggunakan jejaring sosial telah menjadi media penyebar informasi yang cepat, luas, dan mudah diakses dengan biaya yang cukup terjangkau. Peneliti berminat untuk meneliti apakah manfaat dan kemudahan dalam penggunaan situs pertemanan jejaring sosial Facebook dapat memberikan pengaruh secara signifikan kepada para pemasar dalam memasarkan produknya. Penelitian ini mengadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Agus & Sensuse (2005).

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur model trimming (path analysis trimming model) yang merupakan suatu bentuk pengembangan dari analisis multi regresi dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil penelitian ini mengalami perubahan dari bentuk model penerimaan teknologi dimana yang memiliki pengaruh signifikan adalah pada variabel manfaat terhadap sikap menggunakan Facebook, kemudahan terhadap perilaku menggunakan Facebook, manfaat terhadap penggunaan Facebook sebagai media promosi, dan perilaku menggunakan terhadap penggunaan Facebook sebagai media promosi. Hal ini disebabkan adanya perbedaan sample yang digunakan dengan penelitian terdahulu dimana sample yang digunakan adalah responden yang belum menggunakan teknologi, sedangkan penelitian ini menggunakan responden yang sudah menggunakan teknologi tersebut.

Kata Kunci : Model Penerimaan Teknologi, *Facebook*, media promosi, analisis jalur model trimming.

