

RINGKASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif yang meneliti mengenai kemudahan penggunaan teknologi, manfaat teknologi dan literasi keuangan terhadap minat pengguna *marketplace*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kemudahan penggunaan teknologi, manfaat teknologi, dan literasi keuangan terhadap minat pengguna *marketplace*.

Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dikemukakan oleh Davis pada tahun 1989. Populasi yang digunakan yaitu seluruh pengguna *marketplace* Tiktok shop di Indonesia dengan teknik pengumpulan data purposive sampling dan metode interval estimasi untuk menentukan jumlah sampel penelitian. Sehingga diperoleh sebanyak 110 sampel penelitian yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan teknologi tidak berpengaruh terhadap minat pengguna *marketplace*, manfaat teknologi berpengaruh positif terhadap *marketplace*, dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap *marketplace*.

Implikasi dari hasil penelitian ini yaitu bahwa variabel kemudahan penggunaan teknologi tidak dapat digunakan pada penelitian selanjutnya jika responden berusia 17-26 tahun dan memiliki latar belakang sarjana. Karena responden telah memiliki pengetahuan yang luas dalam bidang teknologi dan mereka telah terbiasa menggunakan teknologi untuk membantu pekerjaan mereka sehari-hari, sehingga kemudahan sudah bukan lagi faktor yang mempengaruhi mereka dalam mempertimbangkan penggunaan teknologi.

Kata Kunci: *Kemudahan penggunaan teknologi, Literasi keuangan, Manfaat teknologi, Marketplace, Technology Acceptance Model*

SUMMARY

This study uses a quantitative method approach that examines the ease of use of technology, the benefits of technology and financial literacy on user interest *marketplace*. The purpose of this study is to analyze and explain the effect of the ease of use of technology, the benefits of technology, and financial literacy on user interest *marketplace*.

The theory used in this study is the TAM theory (Technology Acceptance Model) proposed by Davis in 1989. The population used is all users *marketplace* Tiktok shop in Indonesia with a purposive sampling data collection technique and an estimation interval method to determine the number of research samples. So that as many as 110 research samples were obtained which showed that the ease of use of technology did not affect user interest *marketplace*, the benefits of technology have a positive effect on *marketplace*, and financial literacy has a positive effect on *marketplace*.

The implication of the results of this study is that the variable ease of use of technology cannot be used in future research if the respondent is 17-26 years old and has an undergraduate background. Because respondents already have extensive knowledge in the field of technology and they are used to using technology to help their daily work, convenience is no longer a factor that influences them in considering using technology.

Keywords: *Benefits of technology, Ease of use of technology, Financial literacy, Marketplace, Technology Acceptance Model*