

ABSTRAK

Perubahan perilaku belanja konsumen yang suka berbelanja *online* dan perkembangan teknologi yang sangat cepat menuntut para pelaku UMKM terutama kuliner mencari cara dalam memanfaatkan teknologi yang mudah digunakan sebagai sistem pemasaran *online* yaitu dengan menjadi mitra *gofood* dan menggunakan aplikasi *gobiz*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji kepercayaan mitra *gofood* dalam memanfaatkan aplikasi *gobiz* sebagai media pemasaran *online* melalui penilaian model kesuksesan sistem informasi DeLone & McLean. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha kuliner di JABODETABEK. Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa sampel dipilih berdasarkan tujuan penelitian yaitu pelaku usaha mikro, kecil dan menengah yang bermitra dengan *gofood* dan memanfaatkan aplikasi *gobiz* dalam kegiatan usahanya. Ukuran sampel yang digunakan sebanyak 200 pengguna aplikasi *gobiz*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan analisis *structural equation model* (SEM) dengan bantuan software smartPLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna secara langsung, kepercayaan pengguna dapat dipengaruhi oleh kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan, serta kepercayaan juga dapat memberikan dampak dalam memediasi kualitas informasi dan kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna dan manfaat yang dirasakan oleh mitra *gofood*.

Kata kunci: Mitra *Gofood*, Pemasaran Online, Aplikasi *Gobiz*, Kepercayaan, DeLone & McLean.