

## ABSTRAK

Media sosial merupakan layanan online untuk membentuk hubungan. Seiringnya perkembangan zaman tidak bisa dipungkiri penggunaan media sosial semakin meningkat. Saat ini penggunaan media sosial digunakan baik oleh individu maupun badan usaha dengan beragam jenis ukuran sebagai sarana pemasaran, bahkan oleh usaha kecil. Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan faktor-faktor seperti Kompatibilitas, Efektivitas Biaya, Kepercayaan dan Interaktivitas terhadap Penggunaan Media Sosial oleh usaha kecil di kota Yogyakarta. Selain itu bagaimana dampak dari Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Non-Keuangan. Populasi dalam penelitian ini adalah usaha kecil yang berada di Kota Yogyakarta dengan total jumlah sampel 159 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan melalui kuisioner kepada responden. Seluruh data responden di analisis menggunakan teknik analisis regresi berganda jalur menggunakan program SPSS Statistic 25. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kompatibilitas, Efektivitas Biaya, Kepercayaan dan Interaktivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Media Sosial. Dampak dari Penggunaan Media Sosial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Non-Keuangan.

**Kata kunci:** Kompatibilitas, Efektivitas Biaya, Kepercayaan, Interaktivitas, Penggunaan Media Sosial, Kinerja Non-Keuangan