

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN
ARTIFICIAL INTELLIGENCE CHATBOT PADA MAHASISWA AKUNTANSI UII**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Nama : Marcellino Revi Pasya Putra Nugroho

NIM : 21312068

Program Studi : Akuntansi

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN
ARTIFICIAL INTELLIGENCE CHATBOT PADA MAHASISWA AKUNTANSI UII**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : Marcellino Revi P.P.N
No. Mahasiswa : 21312068

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Pada

Tanggal 06 Maret 2025

Dosen Pembimbing,



(Dra. Isti Rahayu, M.Si., Ak., CA., ACPA)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apa pun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 10 Maret 2025

Penulis,



(Marcellino Revi P.P.N)

MOTTO

"Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali."

(HR Tirmidzi)

"Kesungguhan dalam belajar dan memahami adalah kunci menuju pencapaian yang lebih baik. Tetap konsisten dalam berproses dan anggaplah hasil sebagai bonus pencapaian"

(Marcellino Revi P.P.N)

Fa'inna ma 'al- 'usri yusrā(n). Inna ma 'al- 'usri yusrā(n).

(Al-Insyirah 5-6)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkah dan rahmatnya yang luar biasa dan shalawat serta salam selalu dipanjatkan kepada Nabi Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wassalam sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul **“FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE CHATBOT* PADA MAHASISWA AKUNTANSI UII”** sebagai syarat kelulusan dalam menyelesaikan Sarjana Strata-1 pada program studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Selama menempuh studi dan menjalani proses penyusunan penelitian ini, tentunya peneliti tidak lepas dari dukungan, pengorbanan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada ketulusan peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat, dan karunianya kepada penulis, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar.
2. Nabi besar Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam yang telah memberikan ilmu dan syafaatnya.
3. Orang tua, Bapak Istanto Nugroho dan Ibu Siti Aminah yang telah mendidik dengan setulus hati semasa hidup, selalu memberikan semangat, dukungan, saran, dan doa kepada peneliti sejak awal perkuliahan hingga sekarang dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Mba Jessica Aulia, dan Merchavino selaku kakak dan adik penulis yang selalu memberikan dukungan dan kepercayaan pada peneliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar.
5. Ibu Dra. Isti Rahayu, Ak, MSi, CA, ACPA selaku dosen pembimbing skripsi. Penulis sangat berterima kasih selalu diberikan bimbingan, masukan, nasihat, saran dan arahan kepada peneliti dari proses awal penyusunan hingga skripsi terselesaikan dengan lancar. Semoga segala ilmu yang tercurahkan dan waktu yang diberikan menjadi berkah pahala baginya.
6. Bapak Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Prof. Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS, ASPM., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
8. Seluruh dosen Program Studi Akuntansi dan *staff* yang telah bersedia memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat bagi peneliti selama perkuliahan.
9. Othman, Firda, Rafli, Monica, Nanda Putra, Putri, Kareem, Erlinda, Lestin, Bay, Zakaria dan Bocah Telaga Kos, selaku teman dekat peneliti yang telah memberikan dukungan dan menghibur selama masa perkuliahan penulis.
10. Geizka, Dival, Alif, Isma, Bina, dan teman SMA lainnya yang telah memberikan semangat dan dukungan dari jauh selama masa perkuliahan penulis.
11. Teman-teman jurusan Akuntansi Angkatan 2021 yang telah menemani dan membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir.

12. Seluruh pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang selalu mendukung dan membantu penelitian dalam segala aspek dan segala hal.

13. Terakhir, saya mengucapkan beribu-ribu terima kasih kepada diri saya sendiri karena sudah mau berjuang dan bertahan sampai titik ini. Saya ingin mengucapkan semangat untuk penulis, karena masih banyak hal yang harus ditempuh oleh penulis. Terima kasih Marcellino Revi P.P.N, perlu diingat bahwa apapun yang dilakukan dengan sungguh-sungguh dan berjuang dengan sepenuh hati tidak akan mengkhianati hasil akhirnya.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan Bapak/Ibu/Saudara sekalian. Peneliti berharap skripsi ini dapat menjadi manfaat bagi pihak yang berkepentingan dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
<i>ABSTRACT</i>	1
ABSTRAK.....	1
BAB I PENDAHULUAN	3
1.1 Latar Belakang.....	3
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Technology Acceptance Model.....	10
2.1.2 Expectancy Value Theory (EVT)	10
2.2 Artificial Intelligence Chatbot (AI Chatbot)	12
2.3 Telaah Penelitian Terdahulu	13
2.4 Hipotesis Penelitian	28

2.4.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Kegunaan AI Chatbot	28
2.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot	30
2.4.3 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot	30
2.4.4 Pengaruh Nilai Pencapaian terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot	31
2.4.5 Pengaruh Nilai Intrinsik terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot	32
2.5 Kerangka Penelitian	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Populasi Sampel	34
3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	35
3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian	35
3.3.1 Variabel Dependen	35
3.3.2 Variabel Independen	36
3.4 Metode Pengujian Data	40
3.4.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	40
3.4.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	41
3.4.3 Pengujian Hipotesis	42
3.5 Formulasi Hipotesis	42
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Hasil Pengumpulan Data	44
4.2 Deskripsi Responden	44
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian	46
4.4 Hasil Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	47
4.4.1 Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	47
4.4.2 Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	50
4.4.3 Pengujian Reliabilitas (<i>Composite Reliability</i>)	52
4.5 Hasil Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	53

4.5.1 Pengujian <i>R-Square</i>	53
4.5.2 Hasil Pengujian Hipotesis	54
4.5.3 Pembahasan Hasil Penelitian	57
BAB V PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	63
5.3 Saran	64
5.4 Implikasi.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
DAFTAR LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Indikator Niat Menggunakan AI Chatbot.....	35
Tabel 3.2 Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan	37
Tabel 3.3 Indikator Persepsi Kegunaan.....	37
Tabel 3.4 Indikator Nilai Pencapaian	38
Tabel 3.5 Indikator Nilai Intrinsik.....	39
Tabel 4.1 Deskripsi Responden	44
Tabel 4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	47
Tabel 4.3 Hasil Validitas Konvergen.....	48
Tabel 4.4 Pengujian Ulang Hasil Validitas Konvergen	49
Tabel 4.5 Hasil Validitas Diskriminan (Cross Loading)	50
Tabel 4.6 Hasil Validitas Diskriminan (Fornell-Larcker Criterion)	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.8 Hasil R-Square.....	54
Tabel 4.9 Pengujian Hipotesis	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	33
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 2 Tabulasi Data	76
Lampiran 3 Hasil Olah Data SmartPLS	92

ABSTRACT

This study aims to identify the factors influencing the intention to use Artificial Intelligence (AI) Chatbots among Accounting students at the Islamic University of Indonesia. The study applies the Technology Acceptance Model (TAM) and Expectancy Value Theory (EVT) to examine the relationships between perceived ease of use, perceived usefulness, attainment value, and intrinsic value on the intention to use AI Chatbots. The research sample consists of 135 Accounting students from UII, collected using the convenience sampling method. Data processing was conducted using the Structural Equation Modeling (SEM) method with the help of SmartPLS software. The results show that perceived ease of use, perceived usefulness, and attainment value have a significant positive influence on the intention to use AI Chatbots. However, intrinsic value does not have a significant influence despite having a positive relationship. These findings indicate that students tend to prioritize the practical benefits of AI Chatbots over personal enjoyment in using them. The implications of this study suggest that universities should consider integrating AI-related courses or training to enhance students' understanding of AI technology and encourage its effective use in academic activities.

Keywords: AI Chatbot, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attainment Value, Intrinsic Value, Technology Acceptance Model, Expectancy Value Theory.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi niat menggunakan *Artificial Intelligence* (AI) Chatbot pada mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Expectancy Value Theory* (EVT) untuk menguji hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, nilai pencapaian, dan nilai intrinsik terhadap niat menggunakan AI Chatbot. Sampel penelitian ini terdiri dari 135 mahasiswa Akuntansi UII yang dikumpulkan melalui metode *convenience sampling*. Pengolahan data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan nilai pencapaian memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan AI Chatbot. Namun, nilai intrinsik tidak memberikan pengaruh signifikan meskipun memiliki hubungan positif. Temuan ini

mengindikasikan bahwa mahasiswa cenderung lebih mengutamakan manfaat praktis dari AI Chatbot daripada kesenangan pribadi dalam menggunakannya. Implikasi dari penelitian ini menyarankan agar universitas mempertimbangkan untuk menambahkan mata kuliah AI atau pelatihan AI yang dapat meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap teknologi AI dan mendorong penggunaannya secara efektif dalam aktivitas akademik.

Kata Kunci: AI Chatbot, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Nilai Pencapaian, Nilai Intrinsik, *Technology Acceptance Model*, *Expectancy Value Theory*.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat pesat. Teknologi tidak hanya membawa kemudahan, tetapi juga memberikan manfaat di berbagai bidang. Teknologi memegang peranan yang sangat penting dalam pembelajaran maupun pendidikan. Perkembangan teknologi mendapat respon positif dari lembaga pendidikan. Salah satu teknologi yang digunakan di lembaga pendidikan adalah AI Chatbot.

Artificial Intelligence (AI) atau kecerdasan buatan berfokus pada pengembangan sistem komputer yang mampu melakukan tugas-tugas yang biasanya memerlukan kecerdasan manusia, seperti pengenalan suara, pemrosesan bahasa, dan pengambilan keputusan. Pengembangan AI dimulai sejak tahun 1950-an, ketika John McCarthy, Marvin Minsky, dan para ilmuwan lainnya di *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) membentuk kelompok penelitian untuk mempelajari tentang kecerdasan buatan (Aprilia, 2023). Secara garis besar teknologi *Artificial Intelligence* (AI) telah menghadirkan berbagai inovasi yang mengubah cara manusia berinteraksi dengan teknologi. AI Chatbot sebagai salah satu implementasi AI yang mengalami pertumbuhan pesat dalam kemampuannya berkomunikasi dan berinteraksi dengan manusia menggunakan bahasa natural. Platform AI Chatbot seperti ChatGPT, Bard, dan Claude telah menciptakan fenomena global yang merambah dunia pendidikan tinggi (Wang et al., 2023). Kecerdasan buatan (AI) memainkan peran penting dalam pendidikan tinggi dan sangat memengaruhi kehidupan akademik dan kehidupan sehari-hari mahasiswa (Chen et al., 2020). Perkembangan AI memberikan perubahan

signifikan dalam dunia pendidikan tinggi. Seperti ChatGPT, telah menjadi fenomena global yang mengubah cara mahasiswa belajar dan mengakses informasi.

Sebelum adanya AI Chatbot itu, para pelajar/mahasiswa harus mengandalkan alat pencarian melalui sistem pencarian internet dan berbagai media cetak (Prasetyo, 2023). Berbagai jenis kendala dihadapi mahasiswa pada proses pembelajaran yang dilakukan. Pertama proses pembelajaran tradisional, metode pengajaran konvensional seperti kuliah, diskusi kelas, tugas, dan ujian. Mahasiswa masih terbatas dalam mengakses informasi dan sumber belajar secara digital. Kedua terbatasnya pemanfaatan teknologi, mahasiswa belum terbiasa memanfaatkan teknologi secara optimal untuk mendukung proses belajar mereka. Ketiga pola belajar yang kurang interaktif, tanpa adanya AI chatbot, interaksi antara mahasiswa dan dosen atau sumber belajar lainnya mungkin masih cenderung bersifat satu arah (monoton). Mahasiswa kurang terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran.

Ketiga kendala di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menggunakan teknologi AI Chatbot mahasiswa perlu berusaha untuk memahami penjelasan dosen secara verbal maupun tertulis di papan tulis, serta menggunakan pendukung pembelajaran hanya sebatas media buku. AI Chatbot kini mengubah setiap kegiatan teknis pembelajaran, AI berperan penting untuk mahasiswa agar bisa aktif dan membantu mahasiswa mencari solusi dari permasalahan yang tidak mereka ketahui. Dengan adanya AI Chatbot ini diharapkan proses pembelajaran dapat berjalan dengan lancar dan menguntungkan dari pihak mahasiswa. Namun, teknologi AI Chatbot banyak yang menyalahgunakan seperti mencari jawaban pada saat ujian, serta ketergantungan mahasiswa terhadap AI. Jika sebagian besar mahasiswa tidak menggunakan AI Chatbot dengan baik dan benar, dan hal ini bisa menyebabkan

mahasiswa menjadi minim literasi dan tidak bisa menyelesaikan permasalahan akademiknya dengan baik.

Mahasiswa akuntansi menempati posisi strategis dalam konteks pendidikan tinggi karena mereka tidak hanya dituntut memahami teori, tetapi juga harus mampu mengolah informasi kompleks dan mengambil keputusan berbasis data. Perkembangan teknologi, khususnya Artificial Intelligence Chatbot, semakin relevan dengan kebutuhan mahasiswa akuntansi dalam mengakses pengetahuan akuntansi secara cepat, efisien, dan terstruktur. Penggunaan AI Chatbot berpotensi mendukung penguasaan materi akuntansi yang bersifat konseptual sekaligus praktis, seperti analisis laporan keuangan dan pemahaman prinsip-prinsip audit. Dalam konteks akademik, kemampuan mahasiswa akuntansi untuk memanfaatkan teknologi digital menjadi bagian dari literasi profesional yang wajib dimiliki guna menghadapi tantangan dunia kerja berbasis teknologi.

Lembaga pendidikan tinggi harus secara aktif mendefinisikan penggunaan dan cakupan AI dalam pendidikan bagi mahasiswa (Holmes & Tuomi, 2022). Universitas menghadapi tantangan untuk mengintegrasikan teknologi AI Chatbot ke dalam sistem pembelajaran yang efektif. Dalam konteks akademik, mahasiswa saat ini dihadapkan pada berbagai pilihan teknologi yang dapat mendukung proses pembelajaran mereka. Mahasiswa yang memiliki persepsi positif terhadap kegunaan AI Chatbot cenderung menggunakannya secara lebih produktif untuk meningkatkan pemahaman materi kuliah dan kinerja akademik. Menurut (Lai et al., 2023) mengungkapkan bahwa motivasi menjadi faktor terkuat yang mendorong niat perilaku penggunaan AI Chatbot di kalangan mahasiswa, dan lebih dari separuh mahasiswa menunjukkan sikap positif terhadap penggunaan chatbot dalam pendidikan, meskipun terdapat kekhawatiran tentang penggunaannya di masa mendatang (Stöhr et al., 2024).

Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi termasuk AI. *Technology Acceptance Model* (TAM) secara eksplisit menguraikan bahwa model penerimaan teknologi ini menjelaskan perilaku penerimaan dan penggunaan teknologi, yang dipengaruhi oleh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dan Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) (Davis, 1989). Persepsi tersebut berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku Penggunaan AI Chatbot, karena mengingat mahasiswa perlu untuk mengembangkan pendidikan mereka (Saihi et al., 2024). Selain itu, persepsi kemudahan dan Persepsi Kegunaan mengkaji perilaku pengguna sistem informasi di sebuah institusi pendidikan tinggi berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhinya dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Arif, 2012). Menurut (Ranellucci & College, 2004) mengungkapkan Hasil mendukung model TAM yang diperluas dengan memasukkan niat perilaku untuk menggunakan teknologi.

Selain TAM, *Expected Value Theory* (EVT) banyak dipergunakan untuk mempelajari hubungan antara harapan dan nilai dalam mencapai tujuan. EVT secara eksplisit digunakan untuk menyelidiki faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku penggunaan dalam teknologi, tujuan, dan kinerja mereka. Pada teori EVT nilai terbagi menjadi dua bagian yaitu Nilai Pencapaian (pentingnya melakukannya dengan baik), dan Nilai Intrinsik (kenikmatan pribadi). Hasil penelitian sebelumnya mengusulkan bahwa harapan-harapan akan keberhasilan dan nilai-nilai subjektif merupakan prediktor-prediktor yang mempengaruhi hasil (Ranellucci & College, 2004).

Pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan chatbot AI dan dampaknya pada prestasi akademik mahasiswa Akuntansi UII menjadi penting. Kebanyakan penelitian menggunakan TAM atau EVT secara terpisah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan yang terdapat pada

penelitian-penelitian sebelumnya dengan kebaruan yaitu mengintegrasikan model TAM dengan EVT serta memberikan pemahaman yang komprehensif tentang niat menggunakan AI Chatbot dengan judul **“FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE CHATBOT* PADA MAHASISWA AKUNTANSI UII”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) mempunyai pengaruh terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) AI Chatbot?
2. Apakah Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) mempunyai pengaruh terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot?
3. Apakah Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) mempunyai pengaruh terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot?
4. Apakah Nilai Pencapaian mempunyai pengaruh terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot?
5. Apakah Nilai Intrinsik mempunyai pengaruh terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk menjawab rumusan masalah, adapun tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk membuktikan pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) AI Chatbot?

2. Untuk membuktikan pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot?
3. Untuk membuktikan pengaruh Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot?
4. Untuk membuktikan pengaruh Nilai Pencapaian terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot?
5. Untuk membuktikan pengaruh Nilai Intrinsik terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca, oleh sebab itu penelitian ini memiliki manfaat diantaranya:

1. Latar belakang studi adalah niat menggunakan teknologi AI Chatbot sehingga dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif yang berbeda dalam studi penerimaan sistem atau teknologi dan dapat memberikan manfaat referensi bagi studi yang akan datang.
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan terhadap pihak Universitas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Niat Menggunakan AI yang nantinya dapat meningkatkan pengguna teknologi AI yang baik dan berguna bagi mahasiswa.
3. Dapat memberikan pengetahuan bagi penulis dan bagi pembaca mengenai teori penerimaan teknologi dan dapat mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan serta kajian skripsi adalah sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Bab ini memberikan penjelasan tentang latar belakang masalah, rumusan, tujuan penelitian, manfaat, dan sistematika penulisan penelitian.

Bab II: Kajian Teori

Pada bab ini, membahas tentang teori-teori yang mendasari dan mendukung penelitian ini, serta penelitian sebelumnya, hipotesis penelitian, dan kerangka kerja.

Bab III: Metode penelitian

Bab ini meliputi populasi dan sampel, sumber data dan teknik pengumpulan data, definisi dan pengukuran variable penelitian, metode pengujian data, dan formulasi hipotesis.

Bab IV: Analisis dan Pembahasan Data

Bab ini membahas analisis data, temuan yang diperoleh dalam penelitian, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Bab ini akan merangkum kesimpulan dari hasil pengujian serta pembahasan terkait penelitian yang telah dilakukan, dan keterbatasan penelitian serta saran bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Technology Acceptance Model

TAM merupakan pengembangan teori sebelumnya, yaitu model *Theory of Reason Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein & Icek Ajzen tahun 1975. Menurut (Davis, 1989) model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) berdasarkan model TRA. Model TRA ini menjelaskan bahwa niat berperilaku berkaitan dengan penerimaan teknologi dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi sebagai alasan dalam berperilaku atau bertindak. *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki dua komponen yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*), dan Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*).

(Davis, 1989) menemukan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan mempengaruhi Persepsi Kegunaan tetapi Persepsi Kegunaan tidak dapat mempengaruhi Persepsi Kemudahan Penggunaan. Mahasiswa yakin bahwa teknologi AI berguna dan mudah digunakan, sehingga berniat menggunakan teknologi (*intention to use*). Niat menggunakan teknologi AI Chatbot menentukan apakah seseorang akan menggunakan teknologi (*actual usage*) atau tidak.

2.1.2 Expectancy Value Theory (EVT)

EVT atau Teori pengharapan nilai adalah teori motivasi yang mempelajari hubungan antara harapan dan nilai dalam mencapai tujuan. EVT mengukur motivasi berdasarkan keyakinan harapan dan keyakinan nilai yang dimiliki seseorang tentang

tugas tertentu. Keyakinan harapan adalah sejauh mana seseorang merasa bahwa mereka dapat berhasil dalam tugas tersebut, termasuk keyakinan dan kemampuan mereka sendiri. Keyakinan nilai didasarkan pada tingkat kepentingan yang diberikan orang tersebut untuk menyelesaikan tugas tersebut. Nilai yang diberikan seseorang terhadap suatu tugas mencakup kenikmatan mereka terhadap tugas tersebut, kegunaan tugas tersebut, dan kebutuhan yang mereka rasakan untuk menyelesaikan tugas tersebut untuk mencapai tujuan mereka (Jessica L. Spott, 2022). Nilai Pencapaian dalam hal bagaimana penguasaan AI Chatbot dapat meningkatkan identitas mahasiswa sebagai pemimpin inovatif yang berpikiran maju. Nilai Intrinsik mendorong mahasiswa untuk mengeksplorasi aspek yang berguna untuk wawasan pengetahuan mereka dalam beberapa AI Chatbot, seperti mengembangkan bertanya sistematis laporan keuangan atau bertanya tentang mekanisme rumus yang belum mereka ketahui, secara inheren dapat memberi penghargaan dan menumbuhkan minat dalam proses pembelajaran yang digerakkan oleh teknologi.

Menurut (Jose et al., 2024) EVT secara eksplisit digunakan untuk menyelidiki faktor-faktor yang memengaruhi niat menggunakan teknologi, tujuan, dan kinerja mereka. Penelitian (Nightingale et al., 2018) menyatakan meskipun teori nilai harapan mengandung jenis nilai lain (pencapaian, intrinsik dan biaya) yang difokuskan hanya Nilai Pencapaian (*attainment value*) dan Nilai Intrinsik (*intrinsic value*) sebagai hal yang paling relevan dengan penggunaan teknologi dan memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan teknologi AI Chatbot (*intention to use*).

TAM dan EVT memiliki kesamaan, antara lain adalah relevansi sikap dalam perspektif masing-masing. Dalam TAM, sikap terhadap penggunaan teknologi dipandang sebagai mediator hubungan antara kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan serta niat untuk menggunakan teknologi. Dengan

demikian, sikap dianggap sebagai faktor pemicu langsung (*anteseden proximal*) dari niat menggunakan teknologi. Sikap juga ditemukan dalam EVT, karenanya dimodelkan sebagai anteseden niat perilaku penggunaan dengan ekspektasi, dan nilai-nilai sebagai mediator hubungan antara sikap dan niat (Ranellucci & College, 2004).

2.2 Artificial Intelligence Chatbot (AI Chatbot)

Artificial Intelligence (AI) merupakan sistem yang dikembangkan dan terus berinovasi dalam bidang studi yang dibuat baik pada mesin ataupun komputer yang memiliki kecerdasan sama atau bahkan lebih seperti manusia (Arly et al., 2023). Manusia sering menggunakan berbagai platform AI untuk memudahkan pekerjaan mereka (Arly et al., 2023). Mulai dari machine learning terdiri dari algoritma, fitur, dan kumpulan data dalam bentuk penjelasan detail yang mengoptimalkan respons dari waktu ke waktu, hingga pemrosesan bahasa alami yang menafsirkan pertanyaan mahasiswa secara akurat dan mencocokkannya dengan maksud tertentu. Kemampuan pembelajaran mendalam mendorong chatbot AI menjadi lebih akurat seiring waktu, yang kemudian memungkinkan mahasiswa untuk berinteraksi dengan chatbot AI dengan cara yang lebih alami dan bisa dipahami tanpa mengalami kesalahpahaman. Platform AI Chatbot seperti ChatGPT, Bard, Claude, dan platform lainnya telah menciptakan fenomena global yang menambah wawasan pengguna serta membantu di dunia pendidikan tinggi (Wang et al., 2023). Kecerdasan buatan memainkan peran penting dalam pendidikan tinggi dan sangat memengaruhi kehidupan akademik dan kehidupan sehari-hari mahasiswa (Chen et al., 2020). Mahasiswa berinteraksi dengan AI melalui percakapan teks atau suara yang digunakan untuk membantu menyelesaikan tugas-tugas mahasiswa.

AI Chatbot memberikan berbagai manfaat signifikan bagi organisasi dan pengguna. Ketersediaan layanan 24/7 memungkinkan pengguna mendapatkan bantuan kapan saja, sebagai contoh seperti ketika mahasiswa ingin mengecek saldo di tengah malam, kemampuan percakapan ganda dengan mahasiswa memungkinkan AI membantu melayani semua penggunanya di waktu bersamaan. Misalnya kesulitan belajar dan mencari jawaban dengan buku, tugas chatbot dapat menangani ribuan permasalahan mahasiswa belajar serta memberikan referensi jawaban dari beberapa platform AI yang tersedia agar mahasiswa dapat mudah mengerti. Beberapa contoh tingkat kecerdasan dan melakukan berbagai tugas dalam kehidupan mahasiswa adalah seperti ChatGPT-4O, Claude-3.5-Sonnet, Canva, Perplexity.ai, Blackbox.ai, Gemini, Paraphrase.io, Copilot, Zoom, dan banyak lagi aplikasi yang mendukung untuk membantu pekerjaan dan kegiatan belajar mahasiswa dengan bantuan *Artificial Intelligence* (AI) (Arly et al., 2023).

Meskipun sudah canggih AI Chatbot memiliki beberapa kelemahan. Dalam situasi yang membutuhkan penanganan komplain serius atau situasi krisis, chatbot mungkin tidak dapat memberikan respons sesuai dengan emosi dan memiliki keterbatasan dalam pengungkapan yang baik untuk pengguna. Contohnya, ketika mahasiswa mengalami kesulitan untuk mengerjakan laporan keuangan terhadap tugas yang diberikan dosen, interaksi dengan chatbot mungkin terasa kurang memuaskan dibandingkan dengan wawasan absolut dari buku laporan keuangan karena AI tidak bisa membuat atau mengerjakan laporan keuangan dengan baik dan benar, tetapi hanya bisa membantu definisi dari setiap akun dan memberikan rumus yang pasti.

2.3 Telaah Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Stöhr et al., 2024)	<i>Perceptions and usage of AI chatbots among students in higher education across genders, academic levels and fields of study</i>	penggunaan dan sikap mahasiswa terhadap chatbot AI, jenis kelamin, tingkat akademik, dan program studi mahasiswa.	Sampel penelitian terdiri dari 5894 mahasiswa di berbagai universitas Swedia	Hasil penelitian ini menyatakan kesadaran dan penggunaan ChatGPT yang luas di kalangan mahasiswa, tetapi tidak pada chatbot AI lainnya. Lebih dari separuh mahasiswa menyatakan sikap positif terhadap penggunaan chatbot dalam pendidikan, tetapi hampir sama banyaknya yang menyatakan kekhawatiran tentang penggunaan di masa mendatang.

					<p>Mahasiswa perempuan menyatakan lebih banyak sikap dan kekhawatiran negatif tentang peran AI dalam pembelajaran dan penilaian, sedangkan mahasiswa laki-laki menunjukkan penggunaan optimisme yang lebih tinggi.</p>
2.	(Lai et al., 2023)	<p><i>Exploring the role of intrinsic motivation in ChatGPT adoption to support active learning: An</i></p>	<p>Niat Perilaku Penggunaan ChatGPT, motivasi intrinsik, kemudahan penggunaan yang</p>	<p>Populasi dalam penelitian ini adalah 473 mahasiswa sarjana di Hong Kong</p>	<p>teridentifikasi tentang motivasi intrinsik sebagai motivator terkuat untuk niat perilaku penggunaan ChatGPT. Konsisten dengan literatur</p>

		<i>extension of the technology acceptance model</i>	dirasakan, dan kegunaan yang dirasakan.		sebelumnya tentang penerimaan teknologi, kegunaan yang dirasakan ditemukan menjadi prediktor kuat niat perilaku. Berbeda dengan penelitian yang ada, temuan tersebut menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan dan niat perilaku. Baik kegunaan yang dirasakan maupun kemudahan penggunaan yang dirasakan bukanlah mediator yang
--	--	---	---	--	--

					signifikan dalam hubungan antara motivasi intrinsik dan niat perilaku.
3.	(Malik et al., 2021)	<i>Adoption of Chatbots for Learning among University Students: Role of Perceived Convenience and Enhanced Performance</i>	<p>Variabel Independen: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Convenience.</p> <p>Variabel Mediasi: Attitude.</p> <p>Variabel Dependen: Adoption Intention, Enhanced Performance.</p>	<p>Penelitian ini melibatkan 372 mahasiswa universitas di seluruh dunia yang berusia 18-30 tahun diantaranya 245 laki-laki dan 127 perempuan.</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa perceived usefulness dan perceived ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap adoption intention. Perceived ease of use juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perceived usefulness dan attitude. Selanjutnya, perceived usefulness berpengaruh positif</p>

					dan signifikan terhadap attitude. Attitude mahasiswa juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap adoption intention.
4.	(Saihi et al., 2024)	<i>A Structural equation modeling analysis of generative AI chatbots adoption among students and educators in higher education</i>	Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan, Kegunaan yang Dirasakan, Efisiensi yang Dirasakan, Kepercayaan terhadap AI-Chatbots, Perhatian terhadap Privasi,	Pendekatan komprehensif digunakan untuk mengumpulkan data dari 192 peserta yang beragam, termasuk 107 mahasiswa dan 85 pendidik di berbagai disiplin Akademik. Survei awalnya dikirim ke sekitar 400 calon mahasiswa, menghasilkan	Hasil penelitian mengungkapkan persepsi yang sebagian besar positif terhadap chatbot AI di kalangan mahasiswa dan pendidik, yang menggarisbawahi potensi untuk secara substansial memperkaya perjalanan pendidikan mereka. Namun, hal itu juga mengungkap

			Interaktivitas yang Dirasakan, Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Pengaruh Sosial, Kondisi yang Memfasilitasi, Aksesibilitas, Pertimbangan Etis, Penerapan AI-Chatbot, Kepuasan Pengguna, Hasil Pembelajaran,	tingkat respons sebesar 48%. Rentang usia peserta adalah antara 18 dan 65 tahun atau lebih, dengan distribusi gender 54% perempuan dan 46% laki-laki. Peserta berasal dari berbagai latar belakang subjek termasuk teknik, studi medis, dan studi bisnis.	masalah kritis yang berkaitan dengan kepercayaan, privasi, bias respons, dan keakuratan informasi. Selain itu, studi ini menawarkan wawasan berharga tentang bagaimana moderator seperti kemahiran teknologi, peran pengguna, dan gender memengaruhi hubungan model adopsi. Hal ini menekankan perlunya penyesuaian penerapan AI-chatbot untuk
--	--	--	---	---	--

			Pengalaman Pembelajaran yang Dipersonalisasi.		memenuhi beragam kebutuhan pengguna secara efektif.
5.	(Wang et al., 2023)	<i>Exploring the Potential Impact of Artificial Intelligence (AI) on International Students in Higher Education: Generative AI, Chatbots, Analytics, and International Student Success</i>	Mengeksplorasi aplikasi kecerdasan buatan (AI) dalam pendidikan, seperti pengalaman belajar yang dipersonalisasi, tes adaptif, analitik prediktif, dan chatbot untuk pembelajarannya dan penelitian.	Tidak disebutkan secara spesifik, namun artikel ini melakukan tinjauan literatur komprehensif untuk mengeksplorasi peran AI dalam pendidikan mahasiswa internasional.	Hasil Penelitian ini mengeksplorasi berbagai aplikasi AI, seperti pengalaman belajar yang dipersonalisasi, pengujian adaptif, analisis prediktif, dan chatbot untuk pembelajaran dan penelitian. Dengan menganalisis peran AI dalam pendidikan bagi mahasiswa internasional, makalah penelitian ini menjelaskan

			Fokus utamanya adalah pada dampak penggunaan AI pada pengalaman pendidikan mahasiswa internasional.		bagaimana AI dapat meningkatkan efisiensi pembelajaran dan memberikan dukungan pendidikan yang disesuaikan.
6.	(Arif, 2012)	<i>Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)</i>	Variabel independennya: Perceived Ease of Use (PEOU) dan Variabel dependennya: Perceived Usefulness (PU), Attitude Toward	Mahasiswa di perguruan tinggi sebagai pengguna (user) sistem informasi layanan akademik berbasis web	Penelitian ini mengkaji perilaku pengguna sistem informasi di sebuah institusi pendidikan tinggi berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhinya dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Uji statistik dilakukan dengan

			Using (ATU), Behavioral Intention to Use (ITU), Actual System Usage (ASU		Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan Software Lisrel v8.30
7.	(Jose et al., 2024)	<i>Can generative AI motivate managemen t students? The role of perceived value and information literacy</i>	Variabel independen: Attainment value of GenAI, Intrinsic value of GenAI, Utility value of GenAI. Variabel mediasi: Information literacy. Dan Variabel	Penelitian ini menggunakan random sampling untuk menyurvei 478 mahasiswa manajemen dari berbagai institusi pendidikan di wilayah selatan India.	Hasilnya mengungkapkan bahwa GenAI menghadirkan prospek dan rintangan dalam domain pendidikan manajemen. Sifat disruptif teknologi ini memunculkan banyak peluang untuk memperoleh pengetahuan dan menambah kapasitas kognitif seseorang. Serta

			<p>dependen:</p> <p>Student motivation</p>		<p>semua variabel memiliki hubungan positif, seperti Attainment value, intrinsic value, dan utility value dari GenAI berpengaruh positif terhadap perceived value of GenAI.</p> <p>Perceived value of GenAI berpengaruh positif terhadap student motivation.</p> <p>Perceived value of GenAI berpengaruh positif terhadap information literacy.</p> <p>Information literacy berpengaruh positif terhadap student motivation.</p> <p>Information literacy</p>
--	--	--	--	--	--

					memediasi hubungan antara perceived value of GenAI dan student motivation.
8.	(Ranelli & College, 2004)	<i>Exploring Pre-service Teachers' Use of Technology: The Technology Acceptance Model and Expectancy-Value Theory</i>	Variabel dari Model Penerimaan Teknologi (TAM): Norma subyektif, kondisi yang memfasilitasi, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, sikap pre-service teachers terhadap	Sampel penelitiannya terdapat 249 pre-service teachers dari tiga universitas di Amerika Serikat.	Hasil penelitian menguji teori <i>Expectancy-Value Theory</i> (EVT) untuk mengetahui pengaruhnya terhadap niat perilaku dalam penggunaan teknologi oleh calon guru. Mencakup nilai pencapaian, nilai intrinsik, dan nilai utilitas. Mereka ingin mengetahui apakah faktor-faktor tersebut dapat menjelaskan

			<p>teknologi, niat perilaku untuk menggunakan an teknologi. Variabel dari Teori Harapan- Nilai (EVT): Harapan untuk sukses, nilai tugas (nilai kebermakna an, Nilai Intrinsik, nilai utilitas), biaya (biaya upaya tugas, biaya upaya di luar tugas,</p>		<p>niat calon guru dalam menggunakan teknologi dalam pembelajaran. Hasil mendukung model TAM yang diperluas dengan memasukkan niat perilaku untuk menggunakan teknologi. Namun, tidak ditemukan dukungan untuk model gabungan EVT dan TAM. Implikasi penelitian adalah perlunya menciptakan kondisi yang memfasilitasi agar guru dapat mengintegrasikan</p>
--	--	--	---	--	--

			hilangnya alternatif yang dihargai, biaya emosional)		teknologi di kelas.
9.	(Saadé & Bahli, 2005)	<i>The Impact of Cognitive Absorption on Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use in On-Line Learning: An Extension of the Technology Acceptance Model</i>	Variabel independen dalam penelitian ini adalah <i>cognitive absorption</i> , yang mengacu pada tingkat keterlibatan kognitif dan emosional seseorang saat berinteraksi dengan	Tidak disebutkan secara spesifik, studi ini melibatkan mahasiswa yang menggunakan sistem pembelajaran daring sebagai sampel penelitian.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>cognitive absorption</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap kedua variabel dependen tersebut, memperluas Model Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model) dengan menambahkan faktor <i>cognitive absorption</i> sebagai

			<p>teknologi.</p> <p>Variabel dependen yang diteliti meliputi <i>perceived usefulness</i> (persepsi kegunaan) dan <i>perceived ease of use</i> (persepsi kemudahan penggunaan).</p>		<p>determinan penting dalam penerimaan teknologi oleh pengguna.</p>
10	(Sindarta & Santoso, 2022)	<p><i>Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Intention To Use Melalui Perceived Usefulness</i></p>	<p>Variabel independen: Perceived Ease of Use (PEU)</p> <p>Variabel intervening: Perceived</p>	<p>Penelitian ini melibatkan 132 pengguna aplikasi pemutar musik Spotify sebagai responden.</p>	<p>perhitungan statistika dengan menggunakan teknik analisis data partial least square (PLS) menyatakan bahwa <i>Perceived Ease of Use</i></p>

		<i>Aplikasi Pemutar Musik Spotify Di Kalangan Pengguna Smartphone Berbasis Android</i>	Usefulness (PU) Variabel dependen: Intention to Use (IU)		berpengaruh terhadap intention to use melalui <i>Perceived Usefulness</i> . Hal ini membuktikan bahwa <i>Perceived Usefulness</i> dapat menjadi variabel intervening yang baik dalam memediasi pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap intention to use pengguna aplikasi pemutar musik Spotify.
--	--	--	---	--	---

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Kegunaan AI Chatbot

Persepsi Kemudahan Penggunaan atau *Perceived Ease of Use* (PEOU) menjadi alat ukur untuk seberapa yakin pengguna teknologi menyadari bahwa penggunaan

teknologi tidak memerlukan usaha yang rumit atau sulit. Setiap orang yang memiliki persepsi bahwasanya sistem AI chatbot mudah digunakan, sering kali menggunakannya untuk mencoba fitur-fitur chatbot yang tersedia dan merasakan kegunaan dari sistem tersebut. Beberapa orang yang menganggap kebanyakan AI mudah akan lebih termotivasi untuk menggunakannya dan akan mempunyai kesempatan untuk mengeksplorasi serta menelusuri lebih lanjut manfaat yang diberikan teknologi AI.

Hasil Penelitian terdahulu (Lai et al., 2023) menjelaskan bahwa *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) sangat bergantung pada kemampuan peserta didik untuk berinteraksi dengan ChatGPT dengan *Perceived Ease of Use* menjadi penentu kuat *Perceived Usefulness*, (Malik et al., 2021) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap Persepsi Kegunaan dan menemukan bahwa *perceived ease of use* (PEOU) merupakan prediktor kuat *Perceived Usefulness* (PU). (Sindarta & Santoso, 2022) menemukan *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan positif terhadap *Perceived Usefulness* pada aplikasi pemutar music spotify di kalangan pengguna smartphone berbasis android. Hasil (Yao & Wang, 2024) menyatakan persepsi kemudahan yang dirasakan *pre-service special education* (SPED) berhubungan positif dengan Persepsi Kegunaan *artificial intelligence in education* (AIEd).

H1: Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Positif Terhadap Persepsi Kegunaan AI Chatbot.

2.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot

Persepsi terhadap Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha (Davis, 1989). Persepsi Kemudahan Penggunaan AI Chatbot sebuah teknologi didefinisikan sebagai tolak ukur seseorang percaya bahwa pengguna dapat dengan mudah dipahami dan digunakan (Arif, 2012). Seseorang yang merasa AI Chatbot mudah digunakan, mudah dipelajari dan dapat diakses darimana saja sepanjang tersedia internet, maka pengguna tersebut akan berniat untuk menggunakannya.

Hasil penelitian terdahulu (Sindarta & Santoso, 2022) menemukan *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan positif terhadap niat menggunakan aplikasi pemutar music spotify di kalangan pengguna smartphone. Menurut (Yao & Wang, 2024) juga menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan *artificial intelligence in education* (AIED) yang dirasakan menunjukkan korelasi positif dengan niat untuk menggunakan di antara calon guru *pre-service special education* (SPED), dan (Lai et al., 2023) menyatakan Persepsi Kemudahan Penggunaan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat perilaku penggunaan ChatGPT. Semakin mudah pengguna dapat berinteraksi dengan chatbot, semakin besar kemungkinan mereka menggunakan dan menerima teknologi tersebut dalam aktivitas sehari-hari.

H2: Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Positif Terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

2.4.3 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot

Persepsi Kegunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989). Persepsi

Kegunaan AI Chatbot sebagai tolak ukur seseorang dalam penggunaan suatu teknologi yang dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi penggunanya (Arif, 2012). Persepsi Kegunaan merupakan konstruk kunci yang menggambarkan sejauh mana individu meyakini bahwa teknologi AI Chatbot mampu meningkatkan kinerja dan efektivitas pekerjaan mereka. Jika mahasiswa merasa dengan menggunakan AI Chatbot akan menghemat waktu untuk menjawab berbagai pertanyaan akademik, maupun untuk meningkatkan eefktifitas pembelajaran maka niat untuk menggunakan AI Chatbot akan semakin meningkat.

Hubungan antara Persepsi Kegunaan dan niat menggunakan teknologi AI Chatbot bersifat positif, karena semakin tinggi Persepsi Kegunaan yang dirasakan pengguna, semakin kuat keinginan mereka untuk terus mengadopsi dan menggunakan teknologi AI Chatbot dalam berbagai aspek kehidupan. (Saadé & Bahli, 2005) menyelidiki penerimaan sistem pembelajaran daring oleh mahasiswa di Kanada dan melaporkan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* merupakan prediktor signifikan dari niat penggunaan dalam proses pembelajaran daring. Hasil (Yao & Wang, 2024) menyatakan Persepsi Kegunaan yang dirasakan *pre-service special education* (SPED) berhubungan positif dengan niat perilaku mereka terhadap *artificial intelligence in education* (AIEd).

H3: Persepsi Kegunaan Berpengaruh Positif Terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

2.4.4 Pengaruh Nilai Pencapaian terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot

Nilai Pencapaian berkaitan dengan persepsi seseorang bahwa penyelesaian tugas yang baik merupakan hal yang penting. Dalam penjelasan *Expectancy Value Theory* (EVT), nilai pencapaian adalah mayoritas individu terlibat dalam suatu aktivitas jika mereka yakin aktivitas tersebut memiliki nilai pencapaian yang tinggi. Seseorang

yang menganggap teknologi penting dalam mendukung aktifitasnya akan termotivasi menggunakannya karena seseorang tersebut memiliki Nilai Pencapaian yang tinggi terhadap teknologi. Nilai Pencapaian dalam penguasaan teknologi AI Chatbot dapat meningkatkan identitas mahasiswa sebagai pemimpin inovatif yang berpikiran maju (Jose et al., 2024). Nilai Pencapaian mengacu pada kepuasan atau keberhasilan yang dirasakan seseorang ketika menggunakan suatu teknologi untuk keperluan akademik atau menyelesaikan tugas tertentu. Nilai Pencapaian menjadi faktor kunci yang dapat mempengaruhi kesuksesan sebuah AI Chatbot.

Nilai Pencapaian merupakan hal yang penting, karena persepsi individu terhadap kemampuan dan potensi teknologi akan membantu mereka mencapai tujuan secara lebih efektif dan efisien. Motivasi untuk mencapai hasil yang optimal dalam aktifitas akademik mahasiswa akan cenderung lebih terbuka terhadap penggunaan AI Chatbot sebagai bagian dari strategi pembelajaran mereka. Menurut penelitian (Ranellucci & College, 2004) menguji teori *Expectancy-Value Theory* (EVT) untuk mengetahui pengaruhnya terhadap niat perilaku dalam penggunaan teknologi oleh calon guru. Mencakup nilai kebermaknaan, nilai intrinsik, dan nilai utilitas.

H4: Nilai Pencapaian Berpengaruh Positif Terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

2.4.5 Pengaruh Nilai Intrinsik terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot

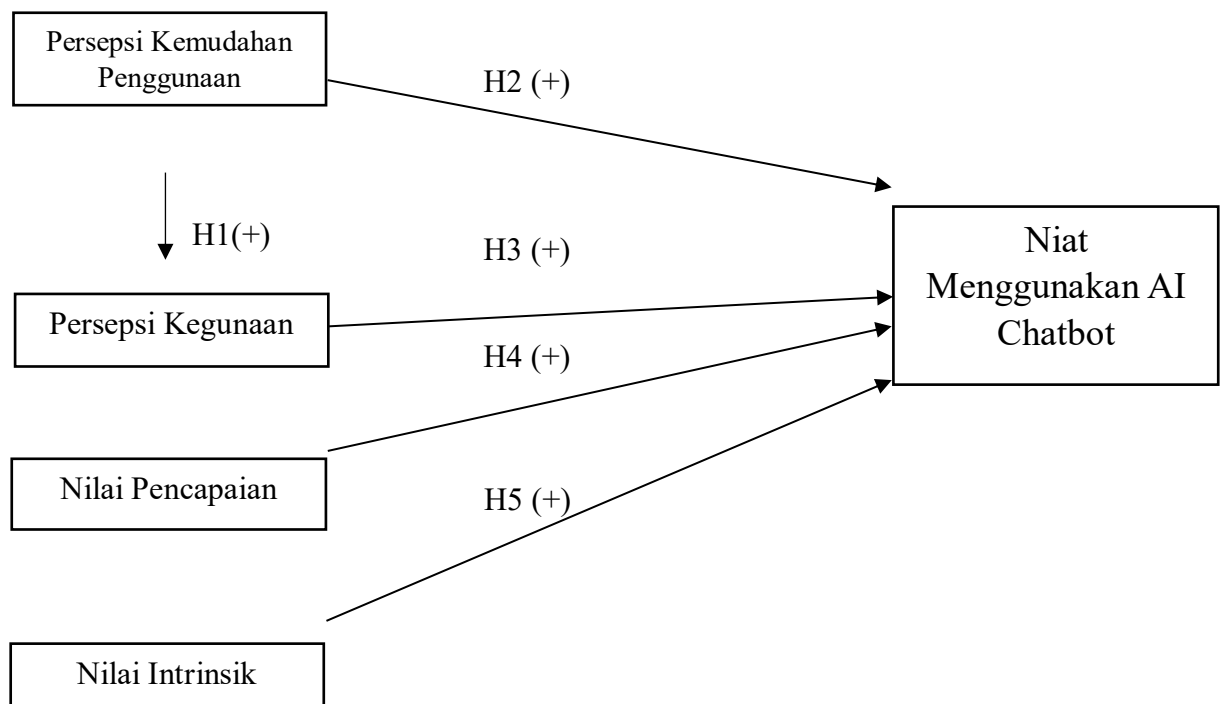
Nilai Intrinsik pada dasarnya menggambarkan motivasi internal (dorongan personal) pengguna yang timbul dari kesenangan, dan kepuasan, serta pengalaman pribadi mereka ketika berinteraksi dengan AI Chatbot. Jika mahasiswa merasa AI Chatbot memiliki Nilai Intrinsik tinggi karena mampu membantu menjawab berbagai permasalahan dengan cepat, atau menjawab permasalahan yang tidak mungkin

ditanyakan ke dosen, maka akan termotivasi untuk meningkatkan niat menggunakan AI Chatbot.

Hubungan antara Nilai Intrinsik dan niat menggunakan teknologi AI Chatbot bersifat positif dan saling memperkuat. Semakin tinggi Nilai Intrinsik yang dirasakan pengguna, semakin kuat motivasi dan keinginan mereka untuk terus mengeksplorasi serta menelusuri lebih dalam terhadap penggunaan teknologi AI Chatbot dalam berbagai aktivitas. Menurut penelitian (Ranellucci & College, 2004) sama seperti nilai pencapaian, nilai intrinsik dari model teori *Expectancy-Value Theory* (EVT) dapat mengetahui pengaruhnya terhadap niat perilaku dalam penggunaan teknologi oleh calon guru. Mencakup nilai kebermanaknaan, nilai intrinsik, dan nilai utilitas.

H5: Nilai Intrinsik Berpengaruh Positif Terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

2.5 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi Sampel

Populasi yang terlibat dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif S1 Akuntansi yang Universitas Islam Indonesia. Metode pengambilan sampelnya adalah *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* menggambarkan proses pengumpulan data dari suatu tempat populasi penelitian yang dapat dijangkau dengan mudah oleh peneliti (Rahi, 2017). *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana peneliti secara sengaja memilih sampel yang dianggap relevan dan penting untuk tujuan penelitian. Berdasarkan PDDikti, jumlah mahasiswa aktif pada tahun 2023/2024 prodi Akuntansi Universitas Islam Indonesia berjumlah 1269 mahasiswa. Dalam penelitian ini penetapan sampel dilakukan dengan teori *Slovin* dengan rumus sebagai berikut

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{1269}{1 + 1269 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1269}{13,69}$$

$$n = 92,69 = 93$$

Keterangan :

n = Jumlah anggota sampel

N = Jumlah anggota populasi

e = Margin of error (kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi sebesar 10%)

dapat disimpulkan dengan rumus *slovin* jumlah sampel yang didapatkan minimal 93 mahasiswa.

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data diperoleh menggunakan data primer, yakni dengan menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data dari responden. Dalam penelitian ini, beberapa pertanyaan akan dicantumkan kepada responden menggunakan *Skala likert*, dan responden boleh mengisi kuesioner jika sudah menggunakan AI Chatbot. Responden diminta memberikan jawaban untuk setiap pernyataan sesuai dengan persepsi masing-masing responden dengan poin penilaian 4 angka, dengan angka: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) setuju, (4) sangat setuju. Data primer yang diperoleh bersifat spesifik karena data tersebut disebarkan hanya untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh peneliti sebagai keberhasilan penelitian.

3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

3.3.1 Variabel Dependen

Niat Menggunakan AI Chatbot atau *Intention to Use* adalah keinginan pengguna untuk menggunakan kembali teknologi AI Chatbot dan memiliki kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan teknologi AI Chatbot (Arif, 2012). Penelitian ini menggunakan model kuesioner dari (Lai et al., 2023) & (Aurey Josephine Wu et al., 2024) untuk mengukur variabel Niat menggunakan AI Chatbot.

Tabel 3.1 Indikator Niat Menggunakan AI Chatbot

Variabel	Indikator	Referensi Jurnal
----------	-----------	------------------

Niat Menggunakan AI Chatbot	Saya bermaksud menggunakan AI Chatbot untuk menjawab pertanyaan akademik yang saya temukan setiap harinya.	Modifikasi dari (Lai et al., 2023) & (Aurey Josephine Wu et al., 2024)
	Saya berniat untuk terus menggunakan teknologi dan aplikasi berbasis AI untuk keperluan akademik di masa mendatang.	
	Saya akan sangat menyarankan orang lain menggunakan teknologi dan aplikasi berbasis AI untuk keperluan akademik.	

3.3.2 Variabel Independen

Variabel independen pada penelitian ini adalah Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Nilai Pencapaian dan Nilai Intrinsik.

3.3.2.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi Kemudahan Penggunaan AI Chatbot didefinisikan sebagai tolak ukur seseorang percaya bahwa penggunaan AI Chatbot dapat dengan mudah dipahami dan digunakan (Arif, 2012). Variabel persepsi kemudahan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan pertanyaan kuesioner dari (Davis, 1989) & (Lai et al., 2023) & (Arif, 2012).

Tabel 3.2 Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan

Variabel	Indikator	Referensi Jurnal
Persepsi Kemudahan Penggunaan	AI Chatbot dapat diakses dengan mudah dari luar kampus.	Modifikasi dari (Lai et al., 2023) & (Davis, 1989) & (Arif, 2012)
	AI Chatbot, mudah untuk dipelajari	
	Susunan menu pada AI Chatbot, mudah dipahami	
	Fasilitas/fitur yang ada pada AI Chatbot, mudah untuk digunakan	
	Saya merasa AI Chatbot mudah untuk menjawab pertanyaan akademik.	
	Dengan AI Chatbot memungkinkan saya lebih mudah dalam mengerjakan tugas-tugas kuliah	

3.3.2.2 Persepsi Kegunaan

Persepsi Kegunaan AI Chatbot sebagai tolak ukur seseorang dalam penggunaan suatu teknologi yang dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi penggunanya (Arif, 2012). Variabel Persepsi Kegunaan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan pertanyaan kuesioner dari (Davis, 1989) & (Lai et al., 2023) & (Arif, 2012).

Tabel 3.3 Indikator Persepsi Kegunaan

Variabel	Indikator	Referensi Jurnal
-----------------	------------------	-------------------------

Persepsi Kegunaan	Saya sulit menjawab pertanyaan akademik tanpa AI Chatbot	Modifikasi dari (Lai et al., 2023) & (Davis, 1989) & (Arif, 2012)
	Saya menghemat waktu dalam mencari informasi seputar pendidikan jika melalui AI Chatbot	
	Penggunaan AI Chatbot dapat meningkatkan efektivitas pembelajaran saya.	
	Melalui AI Chatbot saya mendapatkan informasi yang dibutuhkan	
	Dengan AI Chatbot memungkinkan saya lebih cepat dalam mengerjakan tugas-tugas kuliah	

3.3.2.3 Nilai Pencapaian

Nilai Pencapaian atau *Attainment Value* berkaitan dengan persepsi seseorang bahwa penyelesaian tugas yang baik merupakan hal yang penting. Nilai Pencapaian mengacu pada kepuasan atau keberhasilan yang dirasakan seseorang ketika menggunakan suatu teknologi untuk keperluan akademik atau menyelesaikan tugas tertentu. Variabel independen pada penelitian ini diukur dengan menggunakan pertanyaan kuesioner. Peneliti menggunakan model kuesioner dari (Jose et al., 2024).

Tabel 3.4 Indikator Nilai Pencapaian

Variabel	Indikator	Referensi Jurnal
----------	-----------	------------------

Nilai Pencapaian	Saya harus belajar cara menggunakan AI Chatbot dengan baik untuk mendukung karier saya.	Modifikasi dari (Jose et al., 2024)
	Saya yakin teknologi AI Chatbot seperti ChatGPT dapat meningkatkan kompetensi digital saya.	
	Saya yakin teknologi AI Chatbot dapat meningkatkan kinerja akademik saya secara keseluruhan.	

3.3.3.4 Nilai Intrinsik

Nilai Intrinsik merupakan kesenangan atau kenikmatan langsung yang didapat seseorang ketika melakukan suatu aktivitas atau tugas akademik dengan menggunakan AI Chatbot. Variabel independen pada penelitian ini diukur dengan menggunakan pertanyaan kuesioner. Peneliti menggunakan model kuesioner dari (Jose et al., 2024)

Tabel 3.5 Indikator Nilai Intrinsik

Variabel	Indikator	Referensi Jurnal
Nilai Intrinsik	Saya pikir teknologi AI Chatbot seperti ChatGPT dapat membantu saya menjadi mahasiswa yang lebih baik	Modifikasi dari (Jose et al., 2024)
	Saya dapat mengajukan pertanyaan ke teknologi AI Chatbot seperti ChatGPT yang tidak saya sampaikan kepada dosen saya.	

	Saya pikir teknologi AI Chatbot adalah alat yang hebat untuk layanan dukungan mahasiswa.	
--	--	--

3.4 Metode Pengujian Data

Analisis data dilakukan menggunakan software SmartPLS, melalui metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Alat yang cocok untuk pemodelan persamaan struktural kuadrat terkecil parsial PLS-SEM (Jose et al., 2024). PLS-SEM dipilih karena fleksibilitasnya dalam menangani model kompleks dengan berbagai konstruk dan indikator formatif dan reflektif secara bersamaan, digunakan untuk menguji hipotesis. bahkan dengan ukuran sampel yang kecil (Hair et al., 2011). Analisis model melibatkan keandalan model pengukuran, dan model struktural.

3.4.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

3.4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian untuk menilai apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian mampu mengukur apa yang hendak diukur. Menurut (Sanaky, 2021) uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur, dan suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu validitas diskriminan dan validitas konvergen. Uji validitas konvergen atau *Convergent Validity* model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item score component yang dihitung menggunakan PLS (Syarif, 2023).

Uji validitas konvergen menggunakan parameter *loading factor* yang harus bernilai di atas 0.7 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0.5 (Hair et al., 2011). Sedangkan uji validitas diskriminan menggunakan kriteria Fornell-Larcker dengan membandingkan akar kuadrat AVE dengan korelasi antar variabel, serta nilai akar AVE variabel harus lebih besar dari korelasi antara variabel. *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan cross loading untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0.7.

3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah teknik untuk mengukur sejauh mana hasil pengukuran yang dilakukan dengan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas, atau keandalan, adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama, atau untuk pengukuran yang lebih subjektif, apakah dua orang penilai memberikan skor yang mirip (reliabilitas antar penilai) (Sanaky, 2021). Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran uji reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksi dapat dilakukan dengan dua cara yaitu Cronbach Alpha dan Composite Reliability lebih dari 0.7 (Syarif, 2023).

3.4.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural atau *inner model* adalah model yang digunakan untuk memprediksi hubungan sebab-akibat antara variabel laten, yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai *R-Square* 0.75, 0.50, dan 0.25 menunjukkan model kuat,

moderat, dan lemah. Signifikansi pengaruh diuji menggunakan prosedur bootstrapping untuk mendapatkan nilai t-statistik (Hair et al., 2011).

3.4.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada tingkat signifikansi 5% (0,05) menggunakan software SmartPLS 4.0 merupakan permodelan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) yang dirancang untuk model kompleks dengan konstruk reflektif dan formatif, serta ukuran sampel kecil hingga besar (Hair et al., 2011). Proses pengujian diawali dengan memodelkan hubungan antara variabel laten model struktural (inner model) dan model pengukuran (outer model), di mana validitas dan reliabilitas diuji menggunakan loading factor, Average Variance Extracted (AVE), Cronbach's Alpha, dan Composite Reliability (CR) (Syarif, 2023). Jika $p\text{-value} < 0,05$ atau $t\text{-statistik} > 1,96$ pada taraf signifikansi 5% maka hipotesis dianggap signifikan yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antar variabel. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang akurat terhadap hubungan antar variabel, memvalidasi model penelitian, dan memberikan wawasan empiris yang mendalam.

3.5 Formulasi Hipotesis

- Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Kegunaan AI Chatbot.

$H_{01} > 0$ = Terdapat pengaruh positif Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Kegunaan AI Chatbot.

$H_{a1} \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh positif Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Kegunaan AI Chatbot.

- Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

$H_{0\ 2} > 0$ = Terdapat pengaruh positif Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

$H_{a\ 2} \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh positif Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

- Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

$H_{0\ 3} > 0$ = Terdapat pengaruh positif Persepsi Kegunaan terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

$H_{a\ 3} \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh positif Persepsi Kegunaan terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

- Pengaruh Nilai Pencapaian terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

$H_{0\ 4} > 0$ = Terdapat pengaruh positif Nilai Pencapaian terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

$H_{a\ 4} \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh positif Nilai Pencapaian terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

- Pengaruh Nilai Intrinsik terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

$H_{0\ 5} > 0$ = Terdapat pengaruh positif Nilai Intrinsik terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

$H_{a\ 5} \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh positif Nilai Intrinsik terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot.

BAB IV

ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Objek penelitian ini merupakan mahasiswa aktif program studi S1 Akuntansi di Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini memaparkan hasil pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada responden selama 6 hari dari tanggal 6 hingga 12 februari 2025, melalui Google Form dengan tautan (S.id/Tugas-Skripsi-Marcell). Jumlah minimal responden yang berpartisipasi mencapai 93 responden, sedangkan realisasinya sebanyak 135 mahasiswa.

4.2 Deskripsi Responden

Penelitian ini menjelaskan tentang responden mengisi kuesioner berdasarkan beberapa karakteristik diantaranya tahun angkatan, jenis kelamin, umur, platform AI Chatbot yang digunakan, seberapa sering menggunakan AI Chatbot, dan sudah berapa lama menggunakan AI Chatbot (kisaran waktu). Berikut ini disajikan tabel 4.1 deskripsi responden:

Tabel 4.1 Deskripsi Responden

Kategori	Jumlah Responden	Persentase
Tahun Angkatan		
2021	62	45.9%
2022	22	16.3%
2023	26	19.3%
2024	25	18.5%

Jenis Kelamin		
Laki-laki	73	54.1%
Perempuan	62	45.9%
Umur		
17-20	58	43%
21-23	72	53.3%
23>	5	3.7%
Platform AI Chatbot yang digunakan		
ChatGPT	124	91.9%
Claude	29	21.5%
Perplexcity	66	48.9%
Gemini	56	41.5%
Copilot	27	20%
Other:	9	0.63%
Seberapa sering menggunakan AI Chatbot untuk keperluan akademik		
Jarang	38	28.1%
Sering	97	71.9%
Sudah berapa lama menggunakan AI Chatbot (kisaran waktu)		
< 1 tahun	42	31.1%
1-2 tahun	71	52.6%
> 2 tahun	22	16.3%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 4.1 deskripsi responden. Penelitian ini mencakup seluruh data responden mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Islam Indonesia. Berdasarkan data tahun angkatan, mayoritas responden mahasiswa akuntansi angkatan 2021 sekitar 62 (45,9%) mahasiswa angkatan 2022 sekitar 22 (16,3%) mahasiswa angkatan 2023 sekitar 26 (19,3%) dan mahasiswa angkatan 2024 sekitar 25 (18,5%). Dari segi jenis kelamin sebanyak 73 (54,1%) responden adalah laki-laki dan 62 (45,9%) responden adalah perempuan. Ditinjau dari rentang usia, responden berusia 17-20 tahun terdapat 58 (43%) usia 21-23 tahun terdapat 72 (53,3%) dan usia lebih dari 23 tahun terdapat 5 (3,7%). Mayoritas mahasiswa tidak hanya menggunakan satu AI Chatbot saja, hal ini dikarenakan mahasiswa akuntansi menggunakan beberapa platform AI Chatbot lainnya sesuai dengan fungsi AI tersebut agar mempermudah permasalahan akademik mereka. Platform AI Chatbot yang sering digunakan oleh mahasiswa akuntansi yaitu ChatGPT sebagai AI Chatbot utama responden dengan jumlah pengguna 124 (91,9%) Claude dengan jumlah pengguna 29 (21,5%) Perplexcity dengan jumlah pengguna 66 (48,9%) Gemini dengan jumlah pengguna 56 (41,5%) Copilot dengan jumlah pengguna 27 (20%) dan AI Chatbot lainnya seperti Poe, Deepseek, BlackboxAI, dan lain sebagainya dengan jumlah pengguna 9 (0,63%). Terkait frekuensi penggunaan AI Chatbot, sebagian besar mahasiswa akuntansi sering menggunakan AI Chatbot dengan jumlah responden 97 (71,9%) mahasiswa jarang menggunakan AI Chatbot dengan jumlah responden 38 (28,1%). Dalam hal lama penggunaan AI Chatbot, mayoritas mahasiswa akuntansi sudah menggunakan AI Chatbot sekitar 1-2 tahun dengan responden 71 (52,6%) dan mahasiswa menggunakan AI Chatbot kurang dari 1 tahun dengan responden mencapai 42 (31,1%) serta mahasiswa menggunakan AI Chatbot lebih dari 2 tahun dengan responden mencapai 22 (16,3%).

4.3 Deskriptif Variabel Penelitian

Penelitian dalam proses analisis statistik deskriptif mencakup nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata, dan standar deviasi. Hasil analisis statistik deskriptif dari penelitian ini disajikan dalam tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	n	Min.	Max.	Mean	<i>Std. Deviation</i>
Niat Menggunakan AI Chatbot	135	1	4	2,97	0,83
Persepsi Kemudahan Penggunaan	135	1	4	3,36	0,71
Persepsi Kegunaan	135	1	4	3,15	0,72
Nilai Pencapaian	135	1	4	3,05	0,80
Nilai Intrinsik	135	1	4	3,12	0,77

Sumber: Pengolahan Data Smart PLS, 2025

4.4 Hasil Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran dilakukan untuk mengetahui hasil uji validitas dan reliabilitas. Pengujian *outer model* memiliki beberapa langkah.

4.4.1 Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Uji validitas konvergen atau *Convergent validity* model pengukuran dengan reflektif indicator dinilai berdasarkan korelasi antara item score component yang dihitung menggunakan PLS (Syarif, 2023). Uji validitas konvergen menggunakan parameter *loading factor* yang harus bernilai di atas 0,7 dan jika nilai *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,5, maka konstruk dianggap valid (Hair et al., 2011).

Tabel 4.3 Hasil Validitas Konvergen

Variabel	Kode Indikator	Outer Loadings	AVE	Keterangan
Niat Menggunakan AI Chatbot	IOU1	0.854	0.776	Valid
	IOU2	0.918		Valid
	IOU3	0.869		Valid
Persepsi Kemudahan Penggunaan	PEOU1	0.732	0.584	Valid
	PEOU2	0.808		Valid
	PEOU3	0.749		Valid
	PEOU4	0.778		Valid
	PEOU5	0.755		Valid
	PEOU6	0.761		Valid
Persepsi Kegunaan	PU1	0.588	0.584	Tidak Valid
	PU2	0.745		Valid
	PU3	0.868		Valid
	PU4	0.789		Valid
	PU5	0.800		Valid
Nilai Pencapaian	AV1	0.874	0.749	Valid
	AV2	0.888		Valid
	AV3	0.834		Valid
Nilai Intrinsik	IV1	0.878	0.694	Valid
	IV2	0.768		Valid
	IV3	0.849		Valid

Sumber: Pengolahan Data Smart PLS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.3 hasil validitas konvergen. Terdapat satu indikator yang nilainya kurang dari 0,7 yaitu PU1. Ini menunjukkan bahwa hubungan indikator tersebut tidak memenuhi kriteria validitas konvergen atau dianggap tidak valid. indikator yang tidak valid harus dihapus, dimulai dari yang memiliki nilai terkecil, dan perlu dilakukan pengujian ulang. Berikut hasil pengujian ulang validitas konvergen disajikan dalam tabel 4.4.

Tabel 4.4 Pengujian Ulang Hasil Validitas Konvergen

Variabel	Kode Indikator	Outer Loadings	AVE	Keterangan
Niat Menggunakan AI Chatbot	IOU1	0.854	0.776	Valid
	IOU2	0.918		Valid
	IOU3	0.870		Valid
Persepsi Kemudahan Penggunaan	PEOU1	0.734	0.585	Valid
	PEOU2	0.809		Valid
	PEOU3	0.750		Valid
	PEOU4	0.780		Valid
	PEOU5	0.752		Valid
	PEOU6	0.759		Valid
Persepsi Kegunaan	PU2	0.763	0.662	Valid
	PU3	0.867		Valid
	PU4	0.803		Valid
	PU5	0.818		Valid
Nilai Pencapaian	AV1	0.874	0.749	Valid
	AV2	0.888		Valid

	AV3	0.834		Valid
Nilai Intrinsik	IV1	0.878	0.694	Valid
	IV2	0.768		Valid
	IV3	0.849		Valid

Sumber: Pengolahan Data Smart PLS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.4 pengujian ulang hasil validitas konvergen. Nilai keseluruhan *Loading Factor* memenuhi syarat dengan angka lebih dari 0,7 dan *Average Variance Extracted* (AVE) memenuhi syarat dengan angka lebih dari 0,5. Kesimpulannya bahwa indikator indikator dalam penelitian dapat dianggap valid dan memenuhi kriteria validitas konvergen.

4.4.2 Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Uji validitas diskriminan atau *Discriminant validity* menggunakan kriteria *forrell-larcker* dengan membandingkan akar kuadrat AVE dengan korelasi antar variabel, serta nilai akar AVE variabel harus lebih besar dari korelasi antara variabel. berdasarkan prinsip bahwa setiap indikator seharusnya memiliki korelasi yang tinggi terutama dengan konstruk yang bersangkutan saja. Validitas diskriminan dianggap memenuhi jika dinilai berdasarkan *cross loading* untuk setiap indikator harus lebih besar dari 0,7. Hasil dari uji validitas diskriminan (*cross loading*) dan *forrell-larcker criterion* dapat ditemukan dalam tabel 4.5 dan 4.6.

Tabel 4.5 Hasil Validitas Diskriminan (Cross Loading)

Indikator	AV	IOU	IV	PEOU	PU
AV1	0.874	0.620	0.675	0.514	0.604
AV2	0.888	0.614	0.733	0.571	0.631

AV3	0.834	0.612	0.711	0.480	0.655
IOU1	0.568	0.854	0.529	0.561	0.600
IOU2	0.663	0.918	0.649	0.578	0.621
IOU3	0.644	0.870	0.612	0.576	0.633
IV1	0.790	0.677	0.878	0.553	0.702
IV2	0.604	0.409	0.768	0.566	0.537
IV3	0.622	0.563	0.849	0.536	0.607
PEOU1	0.429	0.391	0.509	0.734	0.467
PEOU2	0.412	0.459	0.504	0.809	0.539
PEOU3	0.377	0.449	0.386	0.750	0.427
PEOU4	0.377	0.411	0.402	0.780	0.453
PEOU5	0.541	0.598	0.556	0.752	0.633
PEOU6	0.562	0.592	0.586	0.759	0.608
PU2	0.483	0.462	0.486	0.505	0.763
PU3	0.666	0.664	0.679	0.602	0.867
PU4	0.533	0.573	0.642	0.603	0.803
PU5	0.672	0.565	0.607	0.551	0.818

Sumber: Pengolahan Data Smart PLS, 2025

Tabel 4.6 Hasil Validitas Diskriminan (Fornell-Larcker Criterion)

Variabel	AV	IOU	IV	PEOU	PU
AV	0.866				
IOU	0.711	0.881			
IV	0.816	0.679	0.833		

PEOU	0.603	0.649	0.654	0.765	
PU	0.727	0.702	0.748	0.698	0.814

Sumber: Pengolahan Data Smart PLS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.5 dan 4.6 hasil validitas diskriminan (*cross loading*) dan *fornell-larcker criterion*. Nilai *cross loading* setiap indikator terhadap konstruknya. Semua indikator memiliki nilai loading yang lebih tinggi pada variabel laten dibandingkan dengan variabel laten lainnya. Dikarenakan telah terindikasi setiap indikator secara tepat mengukur konstruknya masing-masing dan semua nilai *cross loading* pada setiap variabel melebihi 0,7. *Fornell-larcker criterion* menunjukkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk ditunjukkan pada diagonal matriks. Nilai-nilai tersebut lebih besar daripada korelasi antar konstruk di bawahnya, dan menandakan bahwa setiap konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik.

4.4.3 Pengujian Reliabilitas (*Composite Reliability*)

Uji reliabilitas adalah teknik untuk mengukur sejauh mana hasil pengukuran yang dilakukan dengan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Reliabel atau keandalan, adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Dalam SmartPLS, pengukuran reliabilitas lebih tepat dinilai melalui *composite reliability* (Hair et al., 2011). Data penelitian kuesioner dianggap reliabel jika semua konstruk memiliki nilai Cronbach Alpha dan Composite Reliability lebih dari 0,7. Hasil dari uji reliabilitas disajikan dalam table 4.7.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Keterangan
Niat Menggunakan AI Chatbot	0.855	0.858	0.912	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.860	0.866	0.894	Reliabel
Persepsi Kegunaan	0.829	0.838	0.887	Reliabel
Nilai Pencapaian	0.784	0.824	0.872	Reliabel
Nilai Intrinsik	0.727	0.702	0.748	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data Smart PLS, 2025

4.5 Hasil Model Struktural (*Inner Model*)

4.5.1 Pengujian *R-Square*

R-square merupakan suatu nilai yang memperlihatkan seberapa besar variabel independen (eksogen) mempengaruhi variabel dependen (endogen). Nilai *R-square* digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen (Binus, 2021). Terdapat tiga kategori pengelompokan pada nilai *R-square* yaitu kategori kuat, kategori moderat, dan kategori lemah (Hair et al., 2011). Hair et al menyatakan bahwa nilai *R-square* 0,75 termasuk ke dalam kategori kuat, nilai *R-square* 0,50 termasuk kategori moderat dan nilai *R-square* 0,25 termasuk kategori lemah (Hair et al., 2011). Hasil dari *R-Square* disajikan dalam table 4.7.

Tabel 4.8 Hasil *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>Adjusted R-Square</i>
IOU	0.608	0.596
PU	0.487	0.483

Sumber: Pengolahan Data Smart PLS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.8 Hasil *R-Square*, nilai Adjusted R-square untuk variabel dependen "Niat Menggunakan AI Chatbot" sebesar 0,596 termasuk dalam kategori moderat. Hal ini terindikasi bahwa sekitar 59,6% dari variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang dimasukkan dalam model, sedangkan 40,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Selanjutnya, nilai Adjusted R-square untuk variabel dependen "Persepsi Kegunaan" adalah sebesar 0,483 termasuk dalam kategori moderat. Hal ini ditunjukkan dari 48,3% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang dimasukkan dalam model, sementara 51,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

4.5.2 Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 4.9 Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Variabel	Original sample (O)	P values	Keterangan
H1	PEOU → PU	0.698	0.000**	Diterima
H2	PEOU → IOU	0.229	0.013*	Diterima

H3	PU → IOU	0.242	0.019*	Diterima
H4	AV → IOU	0.337	0.001**	Diterima
H5	IV → IOU	0.073	0.507	Ditolak

*Note: *P 0.05; **P 0.01*

Sumber: Pengolahan Data Smart PLS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.9 Pengujian Hipotesis, dapat diuraikan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Hasil Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kegunaan AI Chatbot. Hasil pengujian hipotesis pada tabel 4,9 menunjukkan bahwa nilai original sample sebesar 0,698, dengan nilai p-value sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki dampak yang signifikan. Nilai original sample yang positif menunjukkan bahwa kenaikan pada variabel persepsi kemudahan penggunaan, sementara variabel lain tetap, akan berdampak pada peningkatan pada variabel persepsi kegunaan. Bisa disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi kegunaan. Dengan demikian, hipotesis pertama dapat diterima. (H01 ditolak, Ha1 diterima).

2. Hasil Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan AI Chatbot. Hasil pengujian

hipotesis pada tabel 4,9 menunjukkan bahwa nilai original sample sebesar 0,242, dengan nilai p-value sebesar 0,013 kurang dari 0,05 ($0,013 < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki dampak yang signifikan. Nilai original sample yang positif menunjukkan bahwa kenaikan pada variabel persepsi kemudahan penggunaan, sementara variabel lain tetap, akan berdampak pada peningkatan pada variabel niat menggunakan AI Chatbot. Bisa disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan AI Chatbot. Dengan demikian, hipotesis kedua dapat diterima. (H_{02} ditolak, H_{a2} diterima).

3. Hasil Pengujian Hipotesis 3

Hipotesis ketiga (H_3) menyatakan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan AI Chatbot. Hasil pengujian hipotesis pada tabel 4,9 menunjukkan bahwa nilai original sample sebesar 0,229, dengan nilai p-value sebesar 0,019 kurang dari 0,05 ($0,019 < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki dampak yang signifikan. Nilai original sample yang positif menunjukkan bahwa kenaikan pada variabel persepsi kegunaan, sementara variabel lain tetap, akan berdampak pada peningkatan pada variabel niat menggunakan AI Chatbot. Bisa disimpulkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan AI Chatbot. Dengan demikian, hipotesis ketiga dapat diterima. (H_{03} ditolak, H_{a3} diterima).

4. Hasil Pengujian Hipotesis 4

Hipotesis keempat (H_4) menyatakan bahwa nilai pencapaian memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan AI Chatbot. Hasil pengujian hipotesis pada tabel 4,9 menunjukkan bahwa nilai original sample sebesar 0,337, dengan nilai

p-value sebesar 0,001 kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki dampak yang signifikan. Nilai original sample yang positif menunjukkan bahwa kenaikan pada variabel nilai pencapaian, sementara variabel lain tetap, akan berdampak pada peningkatan pada variabel niat menggunakan AI Chatbot. Bisa disimpulkan bahwa nilai pencapaian berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan AI Chatbot. Dengan demikian, hipotesis keempat dapat diterima. (H_{04} ditolak, H_{a4} diterima).

5. Hasil Pengujian Hipotesis 5

Hipotesis kelima (H_5) menyatakan bahwa nilai intrinsik tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan AI Chatbot. Hasil pengujian hipotesis pada tabel 4,9 menunjukkan bahwa nilai original sample sebesar 0,073, menunjukkan bahwa adanya hubungan positif atau searah antara kedua variabel laten tersebut. Akan tetapi, nilai p-value yang dihasilkan sebesar 0,507 lebih dari 0,05 ($0,507 > 0,05$). Terindikasi bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai intrinsik memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat menggunakan AI Chatbot. Dengan demikian, hipotesis kelima dalam penelitian ini ditolak atau tidak dapat didukung kebenarannya (H_{05} diterima, H_{a5} ditolak).

4.5.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan Tabel 4.9 Pengujian Hipotesis, dapat diuraikan pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

4.5.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Kegunaan AI Chatbot

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibuat, terindikasikan bahwa semakin banyak mahasiswa menilai AI Chatbot dapat mudah digunakan, maka mereka akan semakin tahu bahwa AI Chatbot berguna bagi proses pembelajaran mereka. Selain itu, kemudahan penggunaan menjadi dasar bagi mahasiswa menilai kegunaan atau manfaat dalam teknologi AI Chatbot. Jika mahasiswa merasa bahwa AI Chatbot mudah untuk dioperasikan dan dipelajari, mereka akan cenderung menilai bahwa AI Chatbot sebagai alat yang berguna untuk mendukung proses pembelajaran mereka.

Hasil penelitian terdahulu sejalan dengan (Malik et al., 2021) bahwa model Technology Acceptance Model (TAM) yang menegaskan kemudahan penggunaan merupakan prediktor yang penting bagi persepsi kegunaan suatu teknologi. Oleh karena itu, model TAM menjelaskan bahwa niat penggunaan berkaitan dengan penerimaan teknologi dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi sebagai alasan dalam berperilaku atau bertindak. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Lai et al., 2023) menjelaskan bahwa *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) sangat bergantung pada kemampuan peserta didik untuk berinteraksi dengan ChatGPT dengan *Perceived Ease of Use* menjadi penentu kuat *Perceived Usefulness*.

4.5.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibuat, menjelaskan bahwa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan AI Chatbot berhubungan erat karena mahasiswa yang merasa AI Chatbot mudah digunakan

akan lebih termotivasi untuk menggunakannya dalam aktivitas akademik mereka. Mahasiswa menilai AI Chatbot sebagai teknologi yang mudah dipelajari, dioperasikan, dan diintegrasikan dalam aktivitas belajar mereka, maka mereka akan cenderung berniat untuk menggunakan AI Chatbot. Selain itu, kemudahan dalam mengakses, memahami, dan mengoperasikan AI Chatbot membuat mahasiswa lebih nyaman dan mempermudah mereka dalam memanfaatkan AI Chatbot, sehingga meningkatkan niat mahasiswa untuk terus menggunakannya sebagai sarana penunjang akademik.

Teori yang berhasil dibuktikan dalam penelitian persepsi kemudahan penggunaan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989). Model ini menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor kunci yang memengaruhi persepsi kegunaan dan niat perilaku pengguna terhadap teknologi. Hasil penelitian ini mendukung konsep dasar TAM yang menyatakan semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan individu memiliki niat untuk menggunakannya secara berkelanjutan dalam kehidupan akademik mereka.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Lai et al., 2023) menyatakan Persepsi Kemudahan Penggunaan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat perilaku penggunaan ChatGPT. Selain itu juga mendukung hasil penelitian terdahulu (Sindarta & Santoso, 2022) menemukan *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan positif terhadap niat menggunakan aplikasi pemutar music spotify di kalangan pengguna smartphone.

4.5.3.3 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibuat, menjelaskan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan AI Chatbot karena mahasiswa yang merasa teknologi ini bermanfaat dalam membantu tugas akademik mereka akan lebih termotivasi untuk menggunakannya secara berkelanjutan. Selain itu, AI Chatbot dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam proses pembelajaran. Oleh karena itu, mahasiswa melihat bahwa AI Chatbot dapat meningkatkan pemahaman mereka terhadap materi kuliah, menyelesaikan masalah tugas akademik, dan mendukung pengambilan keputusan akademik. Ketika mahasiswa menyadari bahwa AI Chatbot benar-benar meningkatkan produktivitas, mahasiswa dapat memiliki kecenderungan lebih besar agar terus menggunakan teknologi AI Chatbot.

Seperti persepsi kemudahan penggunaan, teori yang berhasil dibuktikan dalam penelitian persepsi kegunaan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989), yang menjelaskan bahwa persepsi kegunaan merupakan faktor utama yang mendorong seseorang untuk berniat menggunakan teknologi. Hasil penelitian ini konsisten dengan konsep dasar TAM, di mana semakin besar manfaat yang dirasakan dari suatu teknologi, semakin tinggi niat pengguna untuk mengadopsinya dalam kehidupan sehari-hari.

Kesimpulannya, jika mahasiswa meyakini bahwa AI Chatbot dapat memberikan manfaat dan kegunaan yang relevan untuk tugas akademik mereka, maka hal ini akan mendorong niat mereka untuk menggunakan teknologi AI Chatbot dalam proses pembelajaran. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu

oleh (Saadé & Bahli, 2005) dan (Yao & Wang, 2024) menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* merupakan prediktor signifikan dari niat menggunakan AI Chatbot

4.5.3.4 Pengaruh Nilai Pencapaian terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibuat, terindikasi bahwa nilai pencapaian berpengaruh positif terhadap niat menggunakan AI Chatbot karena mahasiswa yang memiliki dorongan untuk mencapai prestasi akademik cenderung lebih termotivasi untuk memanfaatkan teknologi AI Chatbot sebagai pendukung keberhasilan mahasiswa, serta teknologi AI Chatbot dapat membantu mereka mencapai tujuan akademik dengan lebih efektif dan efisien. Motivasi untuk mencapai hasil yang optimal dalam aktifitas akademik mahasiswa akan cenderung lebih terbuka terhadap penggunaan AI Chatbot sebagai bagian dari strategi pembelajaran mereka.

Teori yang berhasil dibuktikan dalam penelitian nilai pencapaian adalah *Expectancy Value Theory* (EVT), yang menjelaskan bahwa mayoritas individu terlibat dalam suatu aktivitas jika mereka yakin aktivitas tersebut memiliki nilai pencapaian yang tinggi. Dalam penelitian ini, mahasiswa yang melihat AI Chatbot sebagai alat yang dapat meningkatkan pencapaian akademik mereka akan memiliki niat yang lebih besar untuk terus menggunakannya dalam proses pembelajaran mereka. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Ranellucci & College, 2004) yang menyatakan bahwa nilai pencapaian tidak menemukan dukungan empiris yang kuat bagi calon guru.

4.5.3.5 Pengaruh Nilai Intrinsik terhadap Niat Menggunakan AI Chatbot

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibuat, menunjukkan bahwa nilai intrinsik tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan AI Chatbot tetapi memiliki arah positif, nilai intrinsik menunjukkan bahwa mahasiswa merasa AI Chatbot dapat membantu mereka menjadi lebih baik dalam kepentingan akademik, memberikan kesempatan untuk bertanya tanpa rasa khawatir, serta berfungsi sebagai alat dukungan mahasiswa. Akan tetapi, kesenangan dan kenyamanan dalam menggunakan teknologi AI Chatbot tidak cukup kuat untuk mendorong mahasiswa terus menggunakannya.

Penelitian nilai intrinsik tidak dapat membuktikan teori dari *Expectancy Value Theory* (EVT), meskipun nilai intrinsik AI Chatbot memberikan pengalaman positif, faktor tersebut tidak cukup untuk mempengaruhi niat mahasiswa secara signifikan tanpa adanya manfaat konkret yang mereka rasakan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih cenderung mempertimbangkan aspek kegunaannya seperti kemudahan dan efisiensi dalam menyelesaikan tugas, dibandingkan hanya kesenangan dalam berinteraksi dengan AI Chatbot. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Ranellucci & College, 2004) yang menyatakan bahwa nilai intrinsik tidak terbukti signifikan dalam menjelaskan niat perilaku yang kuat bagi calon guru.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan AI Chabot.
2. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan AI Chatbot.
3. Persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan AI Chatbot.
4. Nilai pencapaian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan AI Chatbot.
5. Nilai intrinsik tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan AI Chatbot.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dan masih memiliki kekurangan. Berikut adalah beberapa keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Jumlah sampelnya terbatas. dikarenakan kurangnya tanggapan responden sehingga dilakukan kontak personal atau fitur penyiaran *whatsapp* (WA).
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah angkatan 2021 dengan total 62 responden atau sebesar 45,9%. Oleh karena itu, mayoritas data penelitian ini

mencerminkan pendapat dan pemahaman dari responden dari mahasiswa akuntansi angkatan 2021.

3. Variabel niat menggunakan AI Chatbot dalam penelitian ini menunjukkan nilai sebanyak 59,6% dan variabel persepsi kegunaan dalam penelitian ini menunjukkan nilai sebanyak 48,3% dari variabel bebas. sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

5.3 Saran

1. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode distribusi kuesioner yang lebih luas, seperti penyebaran melalui platform akademik, media sosial, atau kerja sama dengan pihak universitas untuk meningkatkan tingkat responden.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menyeimbangkan jumlah responden dari berbagai angkatan agar dapat memperoleh data yang lebih representatif, sehingga hasil penelitian dapat lebih mencerminkan persepsi dan pengalaman mahasiswa akuntansi secara keseluruhan
3. Peneliti di masa depan dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi niat menggunakan AI Chatbot, seperti faktor individual, aspek teknologi, dan persepsi risiko.

5.4 Implikasi

Hasil dari temuan penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan dan nilai pencapaian berperan penting dalam meningkatkan niat menggunakan AI Chatbot. Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai penggunaan AI yang baik. Perguruan tinggi dapat memanfaatkan temuan ini dengan menambahkan mata kuliah tentang AI untuk mahasiswa akuntansi atau pelatihan AI

agar mahasiswa lebih memahami manfaat AI dan mampu menggunakannya secara maksimal. Dengan demikian, pemangku kepentingan di universitas seperti dosen dapat mempertimbangkan untuk memasukkan mata kuliah pilihan atau membuat modul pelatihan tentang AI untuk kemajuan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, A. H. Z. C. (2023). *Artificial Intelligence*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandaaceh/baca-artikel/16443/Artificial-Intelligence.html#:~:text=Pada tahun 1956%2C McCarthy mengadakan,sebagai bidang ilmu yang mandiri.>
- Arif, W. (2012). Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan Technology Acceptance Model(TAM). *Proceeding Book of Konferensi Nasional Sistem Informasi, April 2008*, 1–8. <http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/.../arif+wibowo.pdf>
- Arly, A., Dwi, N., & Andini, R. (2023). Implementasi Penggunaan Artificial Intelligence Dalam Proses Pembelajaran Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Kelas A. *Prosiding Seminar Nasional*, 362–374.
- Aurey Josephine Wu, Angela Caroline, Yoke P. Kornarius, Triningtyas E. P. Gusti, & Agus Gunawan. (2024). Analisis Sikap mengenai Artificial Intelligence (AI) dan Niat Berkelanjutan untuk menggunakan Artificial Intelligence (AI). *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 10(1), 151–161.
<https://doi.org/10.38204/atrabis.v10i1.1938>
- Binus, A. (2021). *Memahami r square (koefisien determinasi) dalam penelitian ilmiah*.
<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-r-square-koefisien-determinasi-dalam-penelitian-ilmiah/>
- Chen, L., Chen, P., & Lin, Z. (2020). Artificial Intelligence in Education: A Review. *IEEE Access*, 8, 75264–75278. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2988510>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of

- information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Holmes, W., & Tuomi, I. (2022). State of the art and practice in <scp>AI</scp> in education. *European Journal of Education*, 57(4) Holmes, W., Tuomi, I. (2022). State of the art and practice in <scp>AI</scp> in education. *European Journal of Education*, 57(4), 542–570. <https://doi.org/10.1111/ejed.12533>, 542–570. <https://doi.org/10.1111/ejed.12533>
- Jessica L. Spott. (2022). *Teori Nilai Harapan*. ASCN. [https://ascnhighered-org.translate.goog/ASCN/change_theories/collection/evt.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge#:~:text=Teori Nilai-Harapan adalah teori,dalam domain atau area tertentu.](https://ascnhighered-org.translate.goog/ASCN/change_theories/collection/evt.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge#:~:text=Teori%20Nilai-Harapan%20adalah%20teori,dalam%20domain%20atau%20area%20tertentu.)
- Jose, E. M. K., Prasanna, A., Kushwaha, B. P., & Das, M. (2024). Can generative AI motivate management students? The role of perceived value and information literacy. *International Journal of Management Education*, 22(3), 101082. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101082>
- Lai, C. Y., Cheung, K. Y., & Seng, C. C. (2023). Jo ur l P re of. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 100178. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2023.100178>
- Malik, R., Sharma, E. A., Trivedi, S., & Mishra, R. (2021). Adoption of Chatbots for Learning

- among University Students: Role of Perceived Convenience and Enhanced Performance. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 16(18), 200–212. <https://doi.org/10.3991/ijet.v16i18.24315>
- Nightingale, S., Spiby, H., Sheen, K., & Slade, P. (2018). LJMU Research Online m. *Tourism Recreation Research*, 19. <http://researchonline.ljmu.ac.uk/id/eprint/8705/>
- Ooi, K. B., & Tan, G. W. H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. *Expert Systems with Applications*, 59, 33–46. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2016.04.015>
- Prasetyo, J. B. (2023). *Bagaimana AI Memengaruhi Performa Pelajar/Mahasiswa dalam Mencapai Tujuan Akademis?* Universitas Islam Indonesia Jurusan Informatika. <https://informatics.uii.ac.id/2023/10/30/bagaimana-ai-memengaruhi-performa-pelajar-mahasiswa-dalam-mencapai-tujuan-akademis/>
- Rahi, S. (2017). Research Design and Methods: A Systematic Review of Research Paradigms, Sampling Issues and Instruments Development. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 06(02). <https://doi.org/10.4172/2162-6359.1000403>
- Ranellucci, J., & College, H. (2004). Journal of Computer Assisted Learning: Editorioal. *Journal of Computer Assisted Learning*, 20(1), 1–3. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2729.2004.00069.x>
- Saadé, R., & Bahli, B. (2005). The impact of cognitive absorption on perceived usefulness and perceived ease of use in on-line learning: an extension of the technology acceptance model. *Information & Management*, 42(2), 317–327. <https://doi.org/10.1016/j.im.2003.12.013>
- Saihi, A., Ben-Daya, M., Hariga, M., & As'ad, R. (2024). A Structural equation modeling

- analysis of generative AI chatbots adoption among students and educators in higher education. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 7(August), 100274. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100274>
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Sindarta, F., & Santoso, T. (2022). Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Intention To Use Melalui Perceived Usefulness Aplikasi Pemutar Musik Spotify Di Kalangan Pengguna Smartphone Berbasis Android. *Agora*, 10(1), 1–9.
- Stöhr, C., Ou, A. W., & Malmström, H. (2024). Perceptions and usage of AI chatbots among students in higher education across genders, academic levels and fields of study. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 7(August 2023), 0–11. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100259>
- Syarif, H. (2023). Pengaruh Kreativitas Individu , Kepuasan Kerja terhadap Perilaku Kerja Yang Inovatif The Influence of Individual Creativity, Job Satisfaction On Innovative Work Behavior. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 6, 56–67.
- Wang, T., Lund, B. D., Marengo, A., Pagano, A., Mannuru, N. R., Teel, Z. A., & Pange, J. (2023). Exploring the Potential Impact of Artificial Intelligence (AI) on International Students in Higher Education: Generative AI, Chatbots, Analytics, and International Student Success. *Applied Sciences (Switzerland)*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/app13116716>
- Yao, N., & Wang, Q. (2024). Factors influencing pre-service special education teachers' intention toward AI in education: Digital literacy, teacher self-efficacy, perceived ease of use, and perceived usefulness. *Heliyon*, 10(14), e34894.

<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34894>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Kuesioner Tugas Akhir Skripsi

Assalamualaikum Wr. Wb.

Saya Marcellino Revi, mahasiswa Program Studi Akuntansi S1 Universitas Islam Indonesia yang sedang melaksanakan tugas akhir untuk memenuhi persyaratan gelar S1- akuntansi. Judul penelitian yang saya lakukan adalah **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE CHATBOT* PADA MAHASISWA AKUNTANSI UII"**

Saya mohon kesediaan mahasiswa untuk meluangkan waktu menjadi responden dalam penelitian ini. Responden penelitian ini ditujukan untuk mahasiswa yang memenuhi kriteria berikut:

1. Mahasiswa/i Universitas Islam Indonesia Program Studi S1 Akuntansi
2. Pengguna berbagai macam platform AI

Apabila terdapat pertanyaan mengenai kuesioner ini, silahkan hubungi saya melalui e-mail 21312068@students.uui.ac.id

Demikian saya mohon bantuan kepada mahasiswa pengguna AI untuk bersedia mengisi kuesioner. Saya mengucapkan terimakasih atas partisipasi dan bantuan peserta responden untuk mengisi kuesioner yang telah saya berikan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat saya,

I. DESKRIPSI RESPONDEN

1. Nama (Boleh Inisial):

2. Angkatan:

☐ 2021

☐ 2022

☐ 2023

☐ 2024

3. Jenis Kelamin:

☐ Laki – laki

☐ Perempuan

4. Usia:

5. Platform AI Chatbot yang untuk mendukung perkuliahan:

☐ ChatGPT

☐ Claude

☐ Perplexcity

☐ Gemini

☐ Copilot

☐ Other:

6. Seberapa sering menggunakan AI Chatbot untuk keperluan akademik:

☐ Jarang

☐ Sering

7. Sudah berapa lama menggunakan AI Chatbot (kisaran waktu):

☐ < 1 tahun

☐ 1-2 tahun

☐ > 2 tahun

II. KESELURUHAN PERTANYAAN

Pernyataan-pernyataan berikut adalah item-item mengenai "FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN AI CHATBOT PADA MAHASISWA AKUNTANSI UII" Mohon bantuan untuk memilih jawaban yang sesuai dengan pilihan mahasiswa, di mana semua jawaban tidak ada yang salah atau benar.

Keterangan:

Skala 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Skala 2 = Tidak Setuju (TS)

Skala 3 = Setuju (S)

Skala 4 = Sangat Setuju (SS)

1. Niat Menggunakan AI Chatbot (*Intention to Use AI Chatbot*)

PERTANYAAN	STS	TS	S	SS
1. Saya bermaksud menggunakan AI Chatbot untuk menjawab pertanyaan akademik yang saya temukan setiap harinya	1	2	3	4
2. Saya berniat untuk terus menggunakan teknologi dan aplikasi berbasis AI untuk keperluan akademik di masa mendatang	1	2	3	4
3. Saya akan sangat menyarankan orang lain menggunakan teknologi dan aplikasi berbasis AI untuk keperluan akademik	1	2	3	4

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

PERTANYAAN	STS	TS	S	SS
1. AI Chatbot dapat diakses dengan mudah dari luar kampus	1	2	3	4
2. AI Chatbot, mudah untuk dipelajari	1	2	3	4
3. Susunan menu pada AI Chatbot, mudah dipahami	1	2	3	4
4. Fasilitas/fitur yang ada pada AI Chatbot, mudah untuk digunakan	1	2	3	4
5. Saya merasa AI Chatbot mudah untuk menjawab pertanyaan akademik	1	2	3	4
6. Dengan AI Chatbot memungkinkan saya lebih mudah dalam mengerjakan tugas-tugas kuliah	1	2	3	4

3. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

PERTANYAAN	STS	TS	S	SS
1. Saya sulit menjawab pertanyaan akademik tanpa AI Chatbot	1	2	3	4
2. Saya menghemat waktu dalam mencari informasi seputar pendidikan jika melalui AI Chatbot	1	2	3	4
3. Penggunaan AI Chatbot dapat meningkatkan efektivitas pembelajaran saya	1	2	3	4
4. Melalui AI Chatbot saya mendapatkan informasi yang dibutuhkan	1	2	3	4
5. Dengan AI Chatbot memungkinkan saya lebih cepat dalam mengerjakan tugas-tugas kuliah	1	2	3	4

4. Nilai Pencapaian (*Attainment Value*)

PERTANYAAN	STS	TS	S	SS
1. Saya harus belajar cara menggunakan AI Chatbot dengan baik untuk mendukung karier saya	1	2	3	4
2. Saya yakin teknologi AI Chatbot seperti ChatGPT dapat meningkatkan kompetensi digital saya	1	2	3	4
3. Saya yakin teknologi AI Chatbot dapat meningkatkan kinerja akademik saya secara keseluruhan	1	2	3	4

5. Nilai Intrinsik (*Intrinsic Value*)

PERTANYAAN	STS	TS	S	SS
1. Saya pikir teknologi AI Chatbot seperti ChatGPT dapat membantu saya menjadi mahasiswa yang lebih baik	1	2	3	4
2. Saya dapat mengajukan pertanyaan ke teknologi AI Chatbot seperti ChatGPT yang tidak saya sampaikan kepada dosen saya	1	2	3	4
3. Saya pikir teknologi AI Chatbot adalah alat yang hebat untuk layanan dukungan mahasiswa.	1	2	3	4

Lampiran 2

Tabulasi Data

Niat Menggunakan AI			Persepsi Kemudahan Penggunaan					
Chatbot			PEOU	PEOU	PEOU	PEOU	PEOU	PEOU
IOU1	IOU2	IOU3	1	2	3	4	5	6
4	4	3	4	4	3	4	4	3
4	3	4	4	4	3	4	4	4
2	3	3	4	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	3	3	4	4	3	4	3	3
3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	3	2	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	3	4	3	3	3	3	3
3	4	3	3	4	3	3	4	3
3	3	4	3	4	3	3	4	3
3	4	2	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	4	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4

2	3	1	4	3	3	3	3	2
3	3	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	3	2	3	3	1	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	3	3
3	3	3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	1	4	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	4	4	3	2
3	3	4	3	3	3	3	3	3
2	3	3	4	4	4	4	3	4
2	2	3	4	4	4	4	4	4
2	3	3	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	2	2	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	3
4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	3
3	3	3	4	4	4	4	2	3
3	3	2	3	4	4	4	2	2
4	4	3	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3

3	4	4	4	3	4	4	4	3
3	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	3	4	4	4	3	2
3	4	4	2	4	4	2	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	4	4
3	2	3	4	2	3	4	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	4	3	3	3	3	3
1	2	2	3	3	3	3	2	2
3	2	3	4	3	3	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	4	4	4	3	3
3	2	2	4	4	4	4	3	3
2	3	3	4	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	4	4	2	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	4	4	4	4	2	3
3	3	2	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4	3	3
3	3	3	4	4	4	4	3	3
3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	3

3	2	2	4	4	4	4	2	3
3	3	3	4	4	4	4	3	2
2	2	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	4	4	4	4	4	4
3	3	2	4	3	3	4	3	3
2	3	2	4	4	4	4	4	3
2	3	3	4	4	4	4	2	3
1	1	1	2	4	3	3	2	2
2	2	1	3	3	2	3	3	4
3	2	3	4	3	3	3	3	4
3	3	4	4	4	4	4	3	3
3	3	3	4	4	3	4	3	4
4	4	3	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	4	3	3	3
2	3	3	4	4	4	4	3	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	2	3	3	3	3	2	2
2	3	3	4	4	2	4	3	4
2	2	2	3	3	2	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4
1	2	1	2	1	2	2	1	2

1	1	1	4	4	4	4	2	1
2	2	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	2	3	2	2
3	3	2	3	3	2	3	3	3
2	3	3	2	3	3	3	3	3
2	3	2	3	3	3	3	3	2
2	3	3	3	2	3	3	3	2
2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	2	2	4	4	3	3	3	3
2	2	2	3	2	2	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	2	3	2	3	2	3	2
3	3	3	4	3	4	4	2	4
2	2	2	4	4	3	4	2	3
1	2	4	4	4	3	4	1	3
2	2	3	4	3	3	4	2	2
2	1	2	4	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4

2	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	3	3	3	4
2	2	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	3	2	4	2
2	3	4	4	2	3	4	4	3
3	4	4	3	4	4	3	4	4
4	3	2	4	4	4	2	2	3
4	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	3	4	4	3	4	3
4	4	3	4	4	4	4	4	3
4	3	4	4	4	3	4	4	4
4	4	3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4

Persepsi Kegunaan					Nilai Pencapaian		
PU1	PU2	PU3	PU4	PU5	AV1	AV2	AV3
3	4	4	4	3	3	4	4
3	4	4	4	4	4	3	4
2	3	4	4	4	4	4	3
4	3	3	4	4	4	4	4

1	4	3	4	4	3	4	4
2	4	3	3	4	4	4	2
1	4	3	3	2	1	4	2
3	3	3	4	4	3	4	4
2	4	2	3	3	2	2	2
3	3	4	4	4	3	4	3
2	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	3	3	2	4
3	3	4	3	4	3	4	4
2	3	3	3	1	2	2	1
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	3	2	2	2	2
2	4	4	4	4	4	4	4
1	4	2	3	3	4	4	3
1	3	3	3	3	3	3	2
2	3	4	4	4	4	4	2
1	3	2	2	3	4	4	2
1	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	4	4	3	4	4
2	2	2	3	3	3	3	2
2	4	4	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	4	4	4	3	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3

4	4	4	3	4	4	4	4
2	3	3	3	4	3	3	3
3	4	4	4	4	3	3	3
2	3	3	4	4	4	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3
2	4	3	3	4	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	3
4	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	2	3	2
1	3	3	3	3	2	3	2
2	3	3	4	2	2	2	3
3	4	3	4	4	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	4	3	4	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4
1	4	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	2	3	2
1	3	4	4	4	3	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	4	3	4	4	3
2	3	2	3	3	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	3	3	4	4	4
1	2	2	3	2	1	2	1

2	3	3	2	3	3	3	3
1	4	4	4	4	4	4	2
2	3	3	3	3	3	3	2
1	3	3	3	3	2	2	2
2	3	3	3	3	3	3	3
2	4	3	3	3	4	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2
1	3	2	2	2	2	4	3
3	3	3	3	3	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2
2	2	3	3	3	4	4	3
2	4	4	4	4	3	3	3
2	3	4	4	4	4	4	4
2	4	2	3	2	2	2	2
2	4	3	4	2	4	3	2
2	3	3	3	3	2	3	2
1	3	3	3	2	3	3	3
2	3	3	4	3	3	3	2
1	3	2	3	3	3	3	3
2	3	3	3	1	3	3	3
3	3	3	3	2	2	2	2
1	3	2	2	4	3	3	2
3	3	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4

2	3	3	3	3	4	4	4
2	3	3	3	4	4	3	3
2	3	3	3	3	3	3	2
1	3	3	3	3	4	4	3
1	1	1	1	1	1	1	1
2	3	2	3	2	2	2	2
1	2	2	4	3	4	4	3
2	1	1	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	2	2	3	3
1	2	2	2	2	2	2	2
1	2	1	3	2	2	3	1
2	3	3	3	2	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2
2	3	3	3	3	3	3	3
2	3	2	3	2	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	2
2	2	2	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	2	2	2
2	3	2	3	3	3	3	2

2	3	3	3	3	3	3	2
3	4	4	4	4	3	4	4
2	3	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4
2	2	2	3	2	3	3	2
2	3	3	3	3	3	4	4
1	4	2	3	3	3	3	2
2	3	3	4	3	2	3	1
1	4	2	3	4	3	3	2
2	3	1	4	3	2	2	1
2	2	2	2	2	3	3	3
2	3	3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4
1	3	3	4	3	2	3	3
3	3	4	3	4	3	4	4
2	3	2	2	3	2	2	2
2	3	3	3	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	2	4	2	3	3	4
4	4	2	4	3	3	4	4
2	3	2	4	4	4	4	2
3	4	3	4	2	2	2	4
4	3	4	4	4	3	4	4

4	4	4	3	4	4	4	4
4	2	3	4	2	4	3	3
4	4	4	3	4	4	4	3
2	4	3	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4

Nilai Intrinsik		
IV1	IV2	IV3
4	3	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	3	4
2	3	3
3	3	4
3	3	4
2	3	2
3	4	3
3	3	3
3	3	4
3	3	4
2	4	4
4	4	4

4	4	4
2	3	2
4	4	4
3	4	3
3	3	3
4	4	4
4	3	3
4	4	4
4	3	4
2	3	3
3	4	4
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	4	4
3	3	4
4	4	4
3	3	3
4	4	4
3	3	3
4	3	4
3	3	3
2	3	3
2	3	4

2	2	3
3	2	3
3	3	3
3	3	3
3	4	3
4	4	4
2	3	3
4	4	3
2	3	3
3	4	4
2	3	3
4	4	4
4	4	4
1	2	2
3	3	3
4	4	2
3	3	3
2	2	2
3	3	3
2	3	3
2	2	2
2	4	4
3	3	4
3	3	3
3	2	3

3	4	3
3	3	4
4	4	4
2	2	1
2	3	4
2	3	2
2	4	2
3	3	3
3	3	3
2	4	4
2	2	2
1	4	3
3	3	4
4	4	4
3	3	4
3	3	3
2	3	3
3	3	4
1	1	1
2	3	2
4	4	4
2	3	3
4	4	4
4	4	4
3	3	3

3	3	3
3	3	3
2	2	2
2	4	2
3	2	3
3	3	3
2	2	2
3	3	2
3	3	3
3	3	3
2	3	3
3	3	3
2	2	3
2	3	3
2	3	3
4	4	4
1	2	2
4	4	4
4	4	4
2	2	3
3	3	2
2	4	2
2	4	4
2	4	1
2	3	3

3	3	3
2	3	3
4	4	4
3	3	3
4	4	4
2	2	2
2	3	2
3	3	3
3	3	3
4	2	2
4	4	4
2	3	4
4	4	4
4	3	3
4	3	4
4	4	3
4	4	3
4	3	3
4	4	4
4	4	4

Lampiran 3

Hasil Olah Data SmartPLS

Konseptual Model

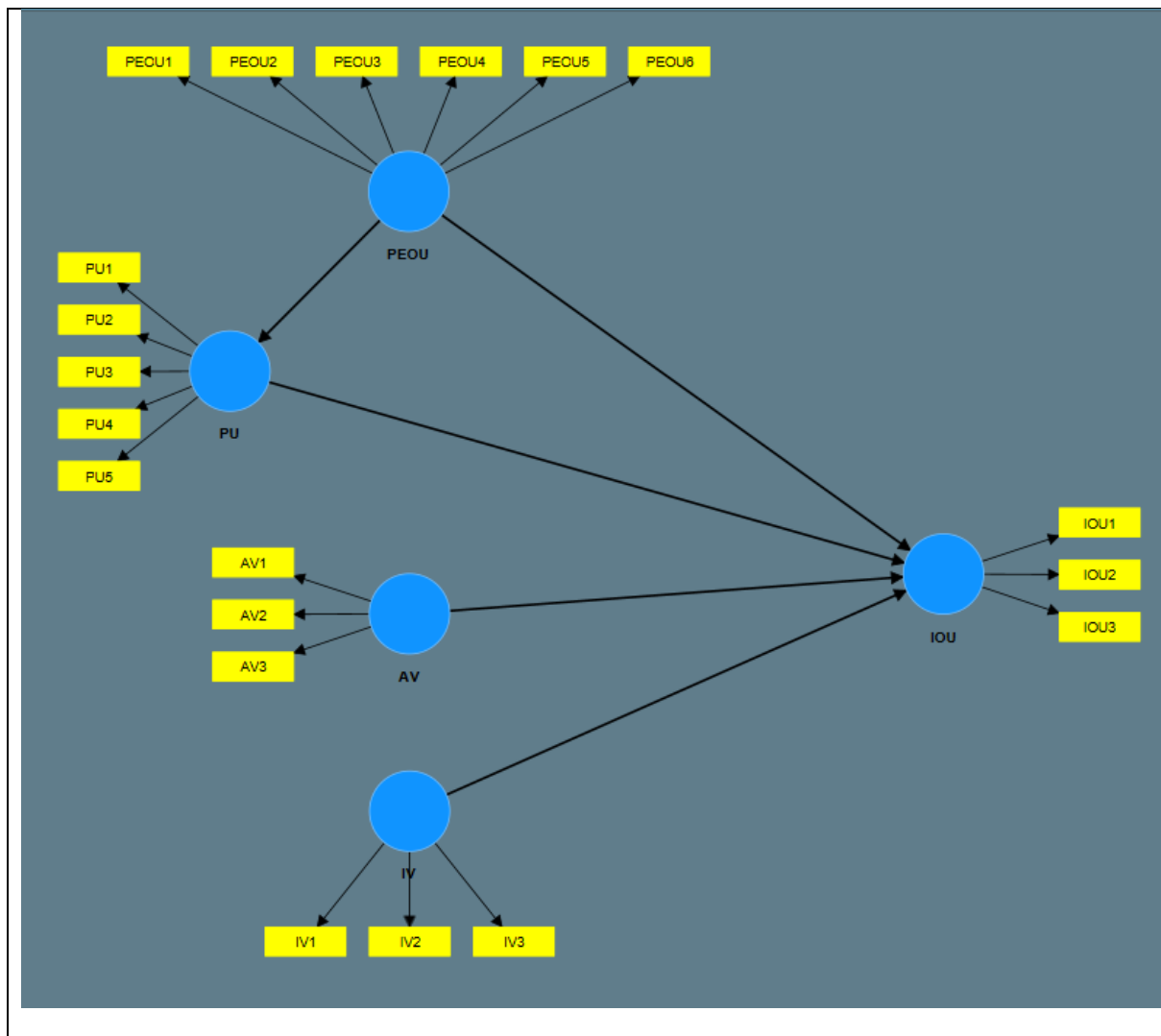
IOU : Niat Menggunakan AI Chatbot

PEOU : Persepsi Kemudahan Penggunaan

PU : Persepsi Kegunaan

AV : Nilai Pencapaian

IV : Nilai Intrinsik



Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Outer Loading

Full indikator	Setelah indikator diperbarui																																																																																						
<table> <tr> <th colspan="2">Outer loadings - List</th></tr> <tr> <th></th><th>Outer loadings</th></tr> <tr><td>AV1 <- AV</td><td>0.874</td></tr> <tr><td>AV2 <- AV</td><td>0.888</td></tr> <tr><td>AV3 <- AV</td><td>0.834</td></tr> <tr><td>IOU1 <- IOU</td><td>0.854</td></tr> <tr><td>IOU2 <- IOU</td><td>0.918</td></tr> <tr><td>IOU3 <- IOU</td><td>0.869</td></tr> <tr><td>IV1 <- IV</td><td>0.878</td></tr> <tr><td>IV2 <- IV</td><td>0.768</td></tr> <tr><td>IV3 <- IV</td><td>0.849</td></tr> <tr><td>PEOU1 <- PEOU</td><td>0.732</td></tr> <tr><td>PEOU2 <- PEOU</td><td>0.808</td></tr> <tr><td>PEOU3 <- PEOU</td><td>0.749</td></tr> <tr><td>PEOU4 <- PEOU</td><td>0.778</td></tr> <tr><td>PEOU5 <- PEOU</td><td>0.755</td></tr> <tr><td>PEOU6 <- PEOU</td><td>0.761</td></tr> <tr><td>PU1 <- PU</td><td>0.588</td></tr> <tr><td>PU2 <- PU</td><td>0.745</td></tr> <tr><td>PU3 <- PU</td><td>0.868</td></tr> <tr><td>PU4 <- PU</td><td>0.789</td></tr> <tr><td>PU5 <- PU</td><td>0.800</td></tr> </table>	Outer loadings - List			Outer loadings	AV1 <- AV	0.874	AV2 <- AV	0.888	AV3 <- AV	0.834	IOU1 <- IOU	0.854	IOU2 <- IOU	0.918	IOU3 <- IOU	0.869	IV1 <- IV	0.878	IV2 <- IV	0.768	IV3 <- IV	0.849	PEOU1 <- PEOU	0.732	PEOU2 <- PEOU	0.808	PEOU3 <- PEOU	0.749	PEOU4 <- PEOU	0.778	PEOU5 <- PEOU	0.755	PEOU6 <- PEOU	0.761	PU1 <- PU	0.588	PU2 <- PU	0.745	PU3 <- PU	0.868	PU4 <- PU	0.789	PU5 <- PU	0.800	<table> <tr> <th colspan="2">Outer loadings - List</th></tr> <tr> <th></th><th>Outer loadings</th></tr> <tr><td>AV1 <- AV</td><td>0.874</td></tr> <tr><td>AV2 <- AV</td><td>0.888</td></tr> <tr><td>AV3 <- AV</td><td>0.834</td></tr> <tr><td>IOU1 <- IOU</td><td>0.854</td></tr> <tr><td>IOU2 <- IOU</td><td>0.918</td></tr> <tr><td>IOU3 <- IOU</td><td>0.870</td></tr> <tr><td>IV1 <- IV</td><td>0.878</td></tr> <tr><td>IV2 <- IV</td><td>0.768</td></tr> <tr><td>IV3 <- IV</td><td>0.849</td></tr> <tr><td>PEOU1 <- PEOU</td><td>0.734</td></tr> <tr><td>PEOU2 <- PEOU</td><td>0.809</td></tr> <tr><td>PEOU3 <- PEOU</td><td>0.750</td></tr> <tr><td>PEOU4 <- PEOU</td><td>0.780</td></tr> <tr><td>PEOU5 <- PEOU</td><td>0.752</td></tr> <tr><td>PEOU6 <- PEOU</td><td>0.759</td></tr> <tr><td>PU2 <- PU</td><td>0.763</td></tr> <tr><td>PU3 <- PU</td><td>0.867</td></tr> <tr><td>PU4 <- PU</td><td>0.803</td></tr> <tr><td>PU5 <- PU</td><td>0.818</td></tr> </table>	Outer loadings - List			Outer loadings	AV1 <- AV	0.874	AV2 <- AV	0.888	AV3 <- AV	0.834	IOU1 <- IOU	0.854	IOU2 <- IOU	0.918	IOU3 <- IOU	0.870	IV1 <- IV	0.878	IV2 <- IV	0.768	IV3 <- IV	0.849	PEOU1 <- PEOU	0.734	PEOU2 <- PEOU	0.809	PEOU3 <- PEOU	0.750	PEOU4 <- PEOU	0.780	PEOU5 <- PEOU	0.752	PEOU6 <- PEOU	0.759	PU2 <- PU	0.763	PU3 <- PU	0.867	PU4 <- PU	0.803	PU5 <- PU	0.818
Outer loadings - List																																																																																							
	Outer loadings																																																																																						
AV1 <- AV	0.874																																																																																						
AV2 <- AV	0.888																																																																																						
AV3 <- AV	0.834																																																																																						
IOU1 <- IOU	0.854																																																																																						
IOU2 <- IOU	0.918																																																																																						
IOU3 <- IOU	0.869																																																																																						
IV1 <- IV	0.878																																																																																						
IV2 <- IV	0.768																																																																																						
IV3 <- IV	0.849																																																																																						
PEOU1 <- PEOU	0.732																																																																																						
PEOU2 <- PEOU	0.808																																																																																						
PEOU3 <- PEOU	0.749																																																																																						
PEOU4 <- PEOU	0.778																																																																																						
PEOU5 <- PEOU	0.755																																																																																						
PEOU6 <- PEOU	0.761																																																																																						
PU1 <- PU	0.588																																																																																						
PU2 <- PU	0.745																																																																																						
PU3 <- PU	0.868																																																																																						
PU4 <- PU	0.789																																																																																						
PU5 <- PU	0.800																																																																																						
Outer loadings - List																																																																																							
	Outer loadings																																																																																						
AV1 <- AV	0.874																																																																																						
AV2 <- AV	0.888																																																																																						
AV3 <- AV	0.834																																																																																						
IOU1 <- IOU	0.854																																																																																						
IOU2 <- IOU	0.918																																																																																						
IOU3 <- IOU	0.870																																																																																						
IV1 <- IV	0.878																																																																																						
IV2 <- IV	0.768																																																																																						
IV3 <- IV	0.849																																																																																						
PEOU1 <- PEOU	0.734																																																																																						
PEOU2 <- PEOU	0.809																																																																																						
PEOU3 <- PEOU	0.750																																																																																						
PEOU4 <- PEOU	0.780																																																																																						
PEOU5 <- PEOU	0.752																																																																																						
PEOU6 <- PEOU	0.759																																																																																						
PU2 <- PU	0.763																																																																																						
PU3 <- PU	0.867																																																																																						
PU4 <- PU	0.803																																																																																						
PU5 <- PU	0.818																																																																																						

Discriminant Validity

Cross Loading

Discriminant validity - Cross loadings					
	AV	IOU	IV	PEOU	PU
AV1	0.874	0.620	0.675	0.514	0.604
AV2	0.888	0.614	0.733	0.571	0.631
AV3	0.834	0.612	0.711	0.480	0.655
IOU1	0.568	0.854	0.529	0.561	0.600
IOU2	0.663	0.918	0.649	0.578	0.621
IOU3	0.644	0.870	0.612	0.576	0.633
IV1	0.790	0.677	0.878	0.553	0.702
IV2	0.604	0.409	0.768	0.566	0.537
IV3	0.622	0.563	0.849	0.536	0.607
PEOU1	0.429	0.391	0.509	0.734	0.467
PEOU2	0.412	0.459	0.504	0.809	0.539
PEOU3	0.377	0.449	0.386	0.750	0.427
PEOU4	0.377	0.411	0.402	0.780	0.453
PEOU5	0.541	0.598	0.556	0.752	0.633
PEOU6	0.562	0.592	0.586	0.759	0.608
PU2	0.483	0.462	0.486	0.505	0.763
PU3	0.666	0.664	0.679	0.602	0.867
PU4	0.533	0.573	0.642	0.603	0.803
PU5	0.672	0.565	0.607	0.551	0.818

Formerll-Larcker Criterion

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion						
	AV	IOU	IV	PEOU	PU	
AV	0.866					
IOU	0.711	0.881				
IV	0.816	0.679	0.833			
PEOU	0.603	0.649	0.654	0.765		
PU	0.727	0.702	0.748	0.698	0.814	

R-Square

R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
IOU	0.608	0.596
PU	0.487	0.483

Composite Reliability

Construct reliability and validity - Overview				
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
AV	0.832	0.832	0.900	0.749
IOU	0.855	0.858	0.912	0.776
IV	0.784	0.824	0.872	0.694
PEOU	0.860	0.866	0.894	0.585
PU	0.829	0.838	0.887	0.662

Path Coefficient

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
AV -> IOU	0.337	0.340	0.103	3.261	0.001
IV -> IOU	0.073	0.071	0.111	0.663	0.507
PEOU -> IOU	0.229	0.233	0.092	2.493	0.013
PEOU -> PU	0.698	0.701	0.050	13.868	0.000
PU -> IOU	0.242	0.244	0.104	2.338	0.021