



Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Adopsi Kecerdasan Buatan di Kalangan Mahasiswa Akuntansi

Dea Putri Rahmayanti*, Madani Hatta, Hara Afriazi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu, Bengkulu

Jl. WR. Supratman, Kandang Limun, Kec. Muara Bangka Hulu, Sumatera, Bengkulu, Indonesia

Email: ^{1,*}deaputrirahmayanti647@gmail.com, ²madani.hatta@unib.ac.id, ³haraafriazi@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: deaputrirahmayanti647@gmail.com

Submitted: 10/08/2025; Accepted: 31/08/2025; Published: 31/08/2025

Abstrak—Kemajuan teknologi kecerdasan buatan (AI) semakin pesat dan telah memengaruhi berbagai sektor, termasuk pendidikan tinggi. Dalam konteks mahasiswa akuntansi, pemanfaatan AI berpotensi meningkatkan efektivitas pembelajaran dan kesiapan menghadapi tuntutan profesi di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan diri, norma sosial, dukungan manajemen, perceived usefulness, dan perceived ease of use terhadap adopsi AI oleh mahasiswa akuntansi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode explanatory research. Data dikumpulkan melalui survei kuesioner terhadap mahasiswa akuntansi Universitas Bengkulu dan dianalisis dengan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel perceived usefulness dan perceived ease of use memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi AI, sedangkan variabel kepercayaan diri, norma sosial, dan dukungan manajemen berkontribusi secara tidak langsung. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi teknologi dan dukungan institusional dalam mendorong pemanfaatan AI di lingkungan pendidikan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan model penerimaan teknologi serta implikasi praktis bagi perguruan tinggi dalam merancang strategi pembelajaran berbasis AI.

Kata Kunci: Kepercayaan Diri; Norma Sosial; Dukungan Manajemen; Perceived Usefulness; Perceived Ease of Use; Adopsi Kecerdasan Buatan; Mahasiswa Akuntansi

Abstract—Advances in artificial intelligence (AI) technology are rapidly increasing and have affected various sectors, including higher education. In the context of accounting students, the use of AI has the potential to increase learning effectiveness and readiness to face professional demands in the digital age. This study aims to analyze the influence of self-confidence, social norms, management support, perceived usefulness, and perceived ease of use on the adoption of AI by accounting students. The study uses a quantitative approach with an explanatory research method. Data were collected through a questionnaire survey of accounting students at Bengkulu University and analyzed using SmartPLS. The results show that the variables of perceived usefulness and perceived ease of use have a significant influence on AI adoption, while the variables of self-confidence, social norms, and management support contribute indirectly. These findings emphasize the importance of improving technological literacy and institutional support in encouraging the use of AI in educational settings. This study provides theoretical contributions to the development of technology acceptance models and practical implications for universities in designing AI-based learning strategies.

Keywords: Confidence; Social Norms; Management Support Perceived Usefulness; Perceived Ease of Use; Artificial Intelligence Adoption; Accounting Students

1. PENDAHULUAN

Kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) telah menjadi salah satu teknologi yang sangat mempengaruhi berbagai sektor industri, termasuk dalam dunia pendidikan. Dalam konteks pendidikan di Indonesia, khususnya di kalangan mahasiswa akuntansi, penggunaan AI untuk mendukung proses pembelajaran dan praktik akuntansi semakin relevan. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, kemampuan untuk mengadopsi dan memanfaatkan AI menjadi sangat penting, baik untuk meningkatkan efisiensi dalam menyelesaikan tugas-tugas analitis maupun dalam membantu pembelajaran bagi mahasiswa. Menurut Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (DIKTI) bahwa hampir semua pekerjaan berpotensi digantikan oleh teknologi AI sehingga beliau menekankan pentingnya metode pembelajaran yang baru yang lebih kritis.

Perkembangan AI dalam beberapa tahun terakhir telah membuka kemungkinan baru untuk meningkatkan personalisasi proses pembelajaran mahasiswa di perguruan tinggi (Nurmalia Sari et al., 2024). Berdasarkan hasil survei dari BestColleges (2023) dalam (Sugiono, 2024), mengungkapkan bahwa dari mahasiswa tingkat sarjana dan pasca-sarjana sebanyak 1.000 mahasiswa, 53% menggunakan ChatGPT untuk menyelesaikan tugas kuliah. Pihak terkait dalam dunia pendidikan perlu memperhatikan hal ini agar teknologi AI dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan kualitas pembelajaran. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi AI menjadi menjadi krusial bagi institusi pendidikan dalam mengoptimalkan pemanfaatan AI. AI jika dimanfaatkan dengan tepat, tidak hanya membantu mahasiswa dalam menyelesaikan tugas, tetapi juga dapat meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan pemahaman terhadap materi.

Karena TAM telah sering digunakan dan terbukti efektif dalam studi adopsi teknologi, maka TAM dipilih sebagai model terbaik untuk penelitian ini. Model ini memberikan kerangka kerja yang lebih mendalam untuk memahami sikap dan niat seseorang dalam mengadopsi teknologi baru (Kumar et al., 2017). Model TAM ini juga sejalan dengan variabel yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu Pengaruh Kepercayaan Diri, Norma Sosial, Dukungan Manajemen, Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Adopsi Kecerdasan Buatan. Penelitian ini dapat menyelidiki bagaimana faktor-faktor ini memengaruhi adopsi AI dan menentukan faktor penentu



utama opini mahasiswa dengan menggunakan TAM. Dengan kecocokan tersebut, TAM memungkinkan analisis yang komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi sikap mahasiswa sejauh mana keinginan mengadopsi AI dan secara efektif.

Kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi berkontribusi pada kesiapan individu untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi kepercayaan diri menjadi faktor psikologis utama yang menggerakkan mahasiswa untuk mencoba, memahami, dan akhirnya mengadopsi AI. Tanpa kepercayaan diri, mahasiswa mungkin ragu untuk menggunakan teknologi ini, meskipun mereka memiliki akses dan kesempatan untuk belajar. Oleh karena itu, meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa terhadap AI dapat menjadi strategi kunci dalam mempercepat adopsi kecerdasan buatan di kalangan mahasiswa akuntansi. Menurut (Bewersdorff et al., 2025) strategi yang tidak hanya berfokus pada literasi AI tetapi juga bertujuan untuk menumbuhkan sikap, penggunaan, dan minat siswa terhadap AI untuk secara efektif meningkatkan Kepercayaan diri dalam penggunaan AI. Dalam studi yang dilakukan (Andani et al., 2022) dalam penelitiannya menyatakan menunjukkan bahwa kepercayaan diri berperan penting dalam kesiapan mahasiswa untuk mengadopsi teknologi AI dalam bidang akuntansi.

Norma sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk persepsi, sikap, dan perilaku mahasiswa terhadap AI. Semakin kuat pengaruh sosial yang mendukung penggunaan AI, semakin besar kemungkinan mahasiswa untuk mengadopsinya dalam kehidupan akademik dan profesional mereka. Oleh karena itu, membangun budaya akademik yang positif terhadap AI dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan adopsi kecerdasan buatan di kalangan mahasiswa akuntansi. pengaruh sosial, Studi Lase et al., (2025) menunjukkan bahwa perubahan sosial mendorong adopsi teknologi AI, terutama di sektor pendidikan, di mana terdapat permintaan yang meningkat untuk efisiensi dan layanan yang dipersonalisasi. Dengan demikian, norma sosial memainkan peran signifikan dalam membentuk sikap dan perilaku mahasiswa terhadap penggunaan AI yang menunjukkan bahwa seseorang lebih mungkin mengadopsi suatu teknologi jika mereka merasa bahwa orang-orang di sekitar mereka menganggapnya sebagai sesuatu yang penting atau bermanfaat, dalam penelitian (Daffa Agya Adzikra, 2024) dari temuannya menegaskan manfaat yang dirasakan dan pengaruh sosial dari lingkungan sekitar menjadi faktor penting dalam meningkatkan adopsi layanan digital, dan penelitian dari (Octavia Dwi Sagita Sari et al., 2023) penelitian ini juga menemukan bahwa norma sosial memiliki dampak signifikan terhadap penggunaan dompet digital oleh mahasiswa akuntansi

Selanjutnya dukungan manajemen juga menjadi faktor penting dengan adanya manajemen menunjukkan bahwa individu lebih cenderung menerima dan menggunakan suatu teknologi jika mereka merasa mendapatkan dukungan yang memadai menciptakan ekosistem yang kondusif bagi mahasiswa untuk memahami, mempelajari, dan menggunakan AI dengan lebih percaya diri. Dengan adanya fasilitas, pelatihan, kebijakan yang jelas, mahasiswa akan lebih siap dan terdorong untuk mengadopsi AI dalam bidang akuntansi. Oleh karena itu, peran manajemen dalam mendukung integrasi AI di lingkungan akademik sangatlah krusial dalam mempercepat tingkat adopsi teknologi ini, studi (Nurmalia Sari et al., 2024) menyatakan bahwa Implementasi AI yang efektif memerlukan kolaborasi antara pendidik, pengembang teknologi, dan pemangku kepentingan lainnya untuk memastikan bahwa penggunaan AI dalam pendidikan memberikan manfaat maksimal sambil memperhatikan aspek etika dan keamanan dalam penelitian yang dilakukan (Wicaksono & Maharani, 2020) Penelitian ini menganalisis pengaruh computer anxiety dan computer self-efficacy terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam menggunakan software akuntansi. Hasilnya menunjukkan bahwa dukungan manajemen dalam mengurangi kecemasan terhadap komputer dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam mengadopsi teknologi akuntansi.

Perceived Ease of Use mengacu pada sejauh mana pengguna memandang teknologi sebagai sesuatu yang mudah digunakan dan juga kompetensi seseorang yang dapat memudahkan penggunaan teknologi. Perceived Ease of Use sangat penting dalam memotivasi mahasiswa untuk mengadopsi AI karena menghilangkan hambatan teknis, meningkatkan kepercayaan diri, mempercepat pembelajaran, dan meningkatkan persepsi manfaat teknologi tersebut. Semakin mudah AI digunakan, semakin besar kemungkinan mahasiswa akuntansi untuk menerapkannya dalam studi dan praktik profesional mereka, Penelitian lain yang dilakukan (Widaningsih & Mustikasari, 2022) menemukan bahwa perceived ease of use memiliki pengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi informasi oleh mahasiswa.

Sementara itu perceived usefulness dapat meningkatkan motivasi, kepercayaan terhadap teknologi, dan kesiapan mahasiswa dalam menggunakan AI untuk keperluan akademik dan profesional. Semakin besar perceived usefulness, semakin tinggi pula kemungkinan mahasiswa untuk mengadopsi teknologi ini sebagai bagian dari keseharian mereka. Berkaitan dengan seberapa besar pengguna melihat nilai dan keuntungan dari penggunaan teknologi (Daragmeh et al., 2021), penelitian yang dilakukan oleh Sudaryanto et al., (2023) menemukan bahwa bahwa perceived usefulness menunjukkan hubungan yang signifikan dalam memengaruhi adopsi Teknologi Kecerdasan Buatan (AI). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap manfaat kegunaan teknologi, semakin besar kemungkinan mereka untuk menerima dan mengadopsi teknologi tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan beberapa penelitian terdahulu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana Kepercayaan Diri, Norma sosial, Dukungan Manajemen, Perceived usefulness, dan Perceived Ease of Use memengaruhi keputusan mahasiswa untuk menggunakan AI dalam kegiatan akademik mereka, serta bagaimana institusi pendidikan dapat memaksimalkan penggunaan AI dalam pembelajaran akuntansi. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perguruan tinggi membuat strategi pembelajaran berbasis AI agar mahasiswa lebih siap untuk menghadapi perkembangan teknologi di dunia kerja. Fokus dari penelitian ini

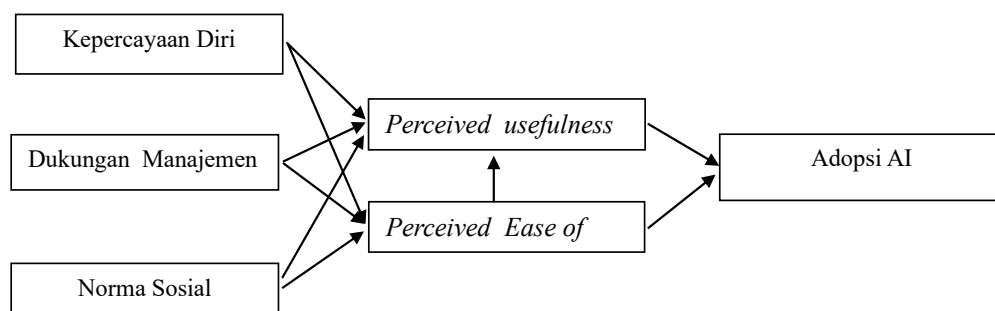


mengenai tentang adopsi AI berfokus pada mahasiswa akuntansi dengan pendekatan yang lebih holistik dengan mempertimbangkan faktor psikologis dan teknis secara bersamaan, Berdasarkan kajian pustaka, sebagian besar penelitian sebelumnya yang menggunakan model Technology Acceptance Model (TAM) dalam konteks adopsi teknologi masih terbatas pada dua atau tiga variabel saja, seperti *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, tanpa mempertimbangkan faktor psikologis dan organisasi secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menggabungkan lima variabel utama, yaitu kepercayaan diri, norma sosial, dukungan manajemen, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use* dalam satu model integratif. Penelitian ini tidak hanya memperluas cakupan teori TAM tetapi juga menguji bagaimana kelima faktor tersebut secara simultan memengaruhi adopsi AI di kalangan mahasiswa akuntansi. Dengan demikian, pendekatan ini memberikan kontribusi teoritis yang lebih holistik serta relevansi praktis bagi institusi pendidikan tinggi dalam merancang strategi pembelajaran berbasis AI.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Davis, (1989) menciptakan Technology Acceptance Model (TAM), sebuah teori fundamental yang sering diterapkan untuk memahami variabel-variabel yang memengaruhi penerimaan teknologi.



Gambar 1. Model Asli Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Gambar 1 menunjukkan model asli dari TAM. Terdapat tiga faktor utama yang memengaruhi penerimaan penggunaan teknologi, yaitu *perceived usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Intention to Use*, sedangkan faktor pendorong penerimaan adopsi teknologi adalah *behavior belief* dan *normative belief* (Venkatesh & Davis, 2000). Terdapat faktor eksternal yaitu Individual, sosial, dan organize sebagai pendukung terjadinya *perceived usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Menurut Hasanah et al., (2021) teori yang sangat signifikan dalam memprediksi penerimaan seseorang terhadap teknologi informasi terkait dengan penggunaan adalah teori TAM, model teori TAM banyak diaplikasikan untuk mengevaluasi penerimaan dan penggunaan teknologi. Model ini menekankan bahwa persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan adalah faktor penentu yang sangat berpengaruh dalam keputusan adopsi teknologi (Amelia, 2023). Teori TAM sendiri adalah teori yang di adaptasi dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang di kembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975).

2.2 Kajian Literatur

2.2.1 Adopsi Kecerdasan Buatan

Adopsi kecerdasan buatan merujuk pada proses di mana individu atau organisasi menerima dan mulai menggunakan teknologi berbasis AI dalam aktivitas sehari-hari atau operasional. Faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi sering dianalisis menggunakan model teoritis seperti Technology Acceptance Model (TAM). Teori TAM berasumsi bahwa semakin besar kepercayaan seseorang terhadap teknologi dapat meringankan dan bermanfaat, sehingga orang cenderung lebih mudah menerima dan menggunakannya. Faktor utama dalam adopsi teknologi adalah *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Usefulness* menjadi fokus utama dalam teori ini dan faktor pendukung dari faktor individu, sosial, dan organisasi.

2.2.2 Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri dalam konteks teknologi merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk menggunakan teknologi secara efektif. Menurut Bandura, (2021), Kepercayaan diri memainkan peran penting dalam menentukan tingkat keterlibatan individu dengan teknologi baru. Mahasiswa dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi mungkin akan memilih untuk mengadopsi teknologi baru karena mereka merasa mampu mengatasi tantangan yang mungkin muncul (Deborah R. Compeau and Christopher A. Higgins, 1995). Dalam konteks AI, mahasiswa akuntansi yang percaya diri dengan kemampuan mereka menggunakan perangkat lunak berbasis AI cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap teknologi ini.



2.2.3 Norma Sosial

Norma sosial berperan penting dalam membentuk perilaku individu terhadap adopsi teknologi. Dalam konteks mahasiswa akuntansi, pengaruh lingkungan sosial seperti teman sejawat, dosen, dan profesional akuntansi dapat memengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi kecerdasan buatan (AI). Studi oleh (Ikraharjo & Lestari, 2024) menemukan bahwa kesiapan menggunakan teknologi dan adopsi teknologi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan AI dalam bidang akuntansi, menunjukkan bahwa dukungan sosial dan lingkungan yang kondusif dapat mendorong penerimaan AI di kalangan mahasiswa akuntansi.

2.2.4 Dukungan Manajemen

Dukungan manajemen berperan dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi penerimaan teknologi, termasuk kecerdasan buatan, di kalangan mahasiswa akuntansi. Dalam konteks pendidikan tinggi, dukungan dari universitas dapat berupa kebijakan yang mendorong penggunaan AI, seperti integrasi AI dalam kurikulum, penyediaan perangkat lunak berbasis AI untuk keperluan akademik, serta pelatihan bagi mahasiswa agar lebih siap dalam menghadapi transformasi digital dalam dunia akuntansi. Penelitian oleh (Intan Pratiwi, 2019) menunjukkan bahwa dukungan manajemen berpengaruh signifikan terhadap efektivitas sistem informasi akuntansi.

2.2.5 Perceived usefulness

Perceived usefulness merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja mereka. Perceived usefulness berkaitan dengan keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi akan bermanfaat, meningkatkan produktivitas dan membantu untuk mencapai tujuannya (D. S. Hasanah, 2023), dalam hal ini menjadi komponen penting dalam mendorong orang untuk menggunakan teknologi. Perceived usefulness mencakup efisiensi waktu, peningkatan kualitas analisis, dan pengurangan kesalahan manusia dalam pengolahan data. Studi (Quiroz-Palma et al., 2019) menemukan bahwa perceived usefulness memiliki hubungan langsung dengan keputusan untuk mengadopsi teknologi baru, termasuk AI, dalam pendidikan.

2.2.6 Perceived Ease of Use

Tingkat di mana seseorang menganggap bahwa pemanfaatan teknologi dapat menjadi nyaman dikenal sebagai Perceived ease of use. Sejauh mana calon pengguna mengantisipasi bahwa teknologi baru sederhana untuk digunakan sangat menentukan persepsi kemudahan penggunaannya. Penelitian terkini menunjukkan bahwa semakin tinggi keyakinan mahasiswa bahwa teknologi AI mudah digunakan atau hanya memerlukan sedikit usaha, maka semakin besar pula minat mereka untuk mengadopsinya (Shahzad et al., 2024). Seiring dengan meningkatnya antusiasme dalam menggunakan teknologi, orang juga akan menganggapnya lebih bermanfaat.

2.2.7 Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Perceived usefulness

Kepercayaan diri dalam konteks teknologi mengacu pada keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menggunakan teknologi informasi. Berdasarkan TAM, Kepercayaan Diri dapat mempengaruhi perceived usefulness, penelitian oleh (Budiman, 2022) menemukan bahwa kepercayaan diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan layanan mobile payment, yang menunjukkan bahwa individu dengan kepercayaan diri tinggi cenderung melihat layanan tersebut sebagai lebih berguna. Selain itu, penelitian oleh Sugiantoro & Isharijadi, (2015) menemukan bahwa kepercayaan diri berpengaruh positif signifikan terhadap perceived usefulness pada pengguna layanan internet banking. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap kegunaan teknologi tersebut. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan diri seseorang dalam menggunakan teknologi, maka semakin tinggi pula persepsi mereka terhadap kegunaan teknologi tersebut. Maka, hipotesis pertama pada penelitian ini adalah:

H1: Kepercayaan diri berpengaruh positif terhadap Perceived Usefulness

2.2.8 Kepercayaan Diri dan Perceived Ease of Use

Teknologi dengan sukses. Berdasarkan TAM, kepercayaan diri adalah faktor eksternal yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap kemudahan penggunaan suatu sistem atau teknologi. Individu dengan rasa percaya diri yang tinggi dalam menggunakan teknologi cenderung merasa lebih nyaman dan tidak mengalami kesulitan saat berinteraksi dengan sistem baru. Mereka juga lebih cepat belajar dan menyesuaikan diri dengan fitur-fitur yang ada, sehingga meningkatkan persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut. Selain itu, Perceived Ease of Use dipengaruhi secara positif oleh kepercayaan diri, menurut penelitian sebelumnya. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Aldreabi et al. (2025) menunjukkan bahwa faktor-faktor psikologis dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) secara signifikan memengaruhi adopsi AI generatif oleh mahasiswa di pendidikan tinggi. Hal ini menegaskan bahwa mahasiswa yang merasa nyaman dan yakin dengan penggunaan teknologi cenderung lebih mudah menerima AI sebagai bagian dari proses belajar. Studi lain oleh Wu et al. (2022) menjelaskan mahasiswa yang merasa nyaman dalam kemampuan teknologinya lebih cenderung menilai AI sebagai sesuatu yang mudah digunakan dan tidak menimbulkan hambatan berarti. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa persepsi orang tentang betapa mudahnya menggunakan suatu teknologi meningkat seiring dengan tingkat keyakinan mereka dalam memanfaatkannya. Maka, hipotesis ke dua pada penelitian yaitu:



H2: Kepercayaan diri berpengaruh positif terhadap Perceived Ease of Use

2.2.9 Norma Sosial dan Perceived Usefulness

Kesan seseorang terhadap tekanan sosial atau harapan dari orang lain yang berarti dalam hidupnya untuk terlibat dalam atau menahan diri dari perilaku tertentu disebut sebagai norma sosial. Dalam hal adopsi teknologi, norma sosial mencerminkan sejauh mana individu merasa bahwa lingkungan sosialnya mendukung atau mengharapkan penggunaan teknologi tertentu.

Berdasarkan TAM, Norma sosial dapat mempengaruhi Perceived Usefulness melalui ketika individu merasakan tekanan atau dukungan sosial untuk menggunakan teknologi, mereka mungkin lebih cenderung melihat teknologi tersebut sebagai sesuatu yang bermanfaat untuk memenuhi ekspektasi sosial tersebut. Penelitian sebelumnya mendukung hubungan ini. Sebagai contoh, penelitian oleh Pelupessy, (2020) menemukan bahwa pengaruh sosial memiliki efek positif terhadap persepsi kemudahan dan persepsi manfaat pada mahasiswa di Jakarta. Artinya, semakin kuat pengaruh sosial yang dirasakan individu, semakin tinggi persepsi mereka terhadap manfaat penggunaan teknologi tersebut. Demikian pula, Penelitian yang dilakukan oleh Wang et al. (2025) Mengintegrasikan TAM dan TPB, menemukan bahwa subjective norms dan AI awareness secara langsung memengaruhi perceived usefulness dan PEOU pada guru matematika, yang menunjukkan bahwa norma sosial dapat mempengaruhi persepsi manfaat melalui niat penggunaan. Dengan kata lain, persepsi masyarakat tentang manfaat pemanfaatan teknologi meningkat seiring dengan menguatnya norma sosial yang mendukung penggunaannya. Oleh karena itu, hipotesis ketiga penelitian ini adalah:

H3: Norma sosial berpengaruh positif terhadap perceived usefulness

2.2.10 Norma Sosial dan Perceived Ease of Use

Perasaan tekanan sosial seseorang untuk terlibat dalam atau menahan diri dari terlibat dalam tindakan tertentu disebut sebagai norma sosial, atau norma subjektif. Dalam hal konteks adopsi teknologi, sejauh mana orang percaya bahwa orang lain di sekitar mereka menginginkan mereka menggunakan teknologi tercermin dalam norma sosial. Tingkat di mana seseorang berpikir bahwa penggunaan sistem tertentu akan mudah atau bebas masalah dikenal sebagai Perceived ease of use, menurut TAM. Perceived ease of use dapat dipengaruhi oleh norma sosial ketika individu merasakan tekanan atau dukungan sosial untuk menggunakan teknologi, mereka mungkin lebih termotivasi untuk mempelajari dan memahami teknologi tersebut, yang pada gilirannya meningkatkan persepsi mereka tentang kemudahan penggunaan teknologi tersebut. Penelitian sebelumnya mendukung hubungan ini. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Ayanwale & Molefi, (2024) mengonfirmasi bahwa persepsi kemudahan penggunaan AI, memainkan peran penting dalam membentuk minat penggunaan oleh mahasiswa, yang juga dipengaruhi oleh norma sosial dan kepercayaan. Demikian pula Mustofa et al (2025) penelitian oleh menyoroti bahwa norma sosial turut memengaruhi sikap terhadap penggunaan AI secara langsung, sementara perceived ease of use tetap memainkan peran penting dalam membentuk attitude., Oleh karena itu hipotesis ke empat penelitian ini adalah:

H4: Norma sosial berpengaruh positif terhadap perceived ease of use

2.2.11 Dukungan Manajemen dan Perceived Usefulness

Dukungan manajemen merujuk pada keterlibatan dan bantuan yang diberikan oleh manajemen dalam implementasi dan penggunaan sistem informasi dalam organisasi. Dukungan ini dapat berupa penyediaan sumber daya, dorongan motivasi, serta fasilitasi pelatihan bagi pengguna sistem agar mereka dapat memanfaatkan teknologi dengan optimal. Berdasarkan TAM, perceived usefulness adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dukungan manajemen dapat mempengaruhi persepsi kegunaan. Penelitian sebelumnya mendukung hubungan ini, penelitian oleh Anggraini & Fitrioso, (2024) menemukan bahwa dukungan manajemen berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan teknologi. Demikian pula, penelitian oleh Fadel Muhamad & Susilowati, (2024) menunjukkan bahwa dukungan manajemen memiliki pengaruh positif terhadap penerimaan teknologi informasi dalam organisasi. Berdasarkan uraian di atas, Dengan kata lain, semakin tinggi dukungan yang diberikan oleh manajemen dalam implementasi teknologi, semakin tinggi pula persepsi individu terhadap kegunaan teknologi tersebut, Oleh karena itu hipotesis ke lima penelitian ini adalah:

H5: Dukungan manajemen berpengaruh positif terhadap perceived usefulness

2.2.12 Dukungan Manajemen dan Perceived Ease of Use

Dukungan manajemen merujuk pada keterlibatan dan komitmen manajemen dalam mendukung implementasi dan penggunaan teknologi informasi dalam organisasi. Dukungan ini dapat berupa penyediaan sumber daya, pelatihan, serta motivasi kepada karyawan untuk menggunakan teknologi baru. Berdasarkan TAM, perceived ease of use adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha atau kesulitan. Dukungan manajemen dapat mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan melalui Penyediaan Pelatihan dan Pendidikan, Penyediaan Sumber Daya yang Memadai, Menciptakan Lingkungan yang Mendukung. Penelitian oleh Rohmatulloh & Astuti, (2024) menunjukkan bahwa dukungan manajemen memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan dalam konteks pembelian melalui live streaming TikTok Shop. Dengan kata lain, semakin tinggi



dukungan yang diberikan oleh manajemen dalam implementasi teknologi, semakin tinggi pula persepsi individu terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis ke enam penelitian ini adalah:

H6: Dukungan manajemen berpengaruh positif terhadap perceived ease of use

2.2.13 Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness

Perceived Ease of Use merujuk pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan bebas dari usaha atau kesulitan. Menurut TAM Perceived Ease of Use dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi Perceived Usefulness (PU), yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Ketika individu merasa bahwa suatu teknologi mudah digunakan, mereka cenderung menilai teknologi tersebut lebih berguna dalam konteks pekerjaan atau aktivitas mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Suryani et al., (2020) yang mana hasil penelitian menunjukkan bahwa Perceived Ease of Use berpengaruh signifikan terhadap Perceived Ease of Use dalam kepuasan pelanggan menggunakan Gojek, pernyataan ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Chairunnisah et al., (2021) yang mana Studi ini menemukan bahwa Perceived Ease of Use berpengaruh signifikan terhadap Perceived usefulness. Artinya, semakin tinggi persepsi seseorang terhadap kemudahan penggunaan suatu teknologi, semakin tinggi pula persepsi mereka terhadap kegunaan teknologi tersebut, hipotesis ke tujuh penelitian ini adalah:

H7: Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap Perceived Usefulness

2.2.14 Perceived usefulness dan Adopsi AI

Perceived usefulness merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka. Dalam konteks AI, persepsi bahwa AI dapat memberikan manfaat nyata, seperti efisiensi operasional atau pengambilan keputusan yang lebih baik, dapat mendorong individu atau organisasi untuk mengadopsi teknologi tersebut. Berdasarkan Model Penerimaan Teknologi TAM, perceived usefulness adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi niat dan perilaku individu dalam mengadopsi teknologi baru. Dalam konteks AI, jika individu atau organisasi percaya bahwa AI dapat memberikan manfaat signifikan, mereka lebih cenderung untuk mengadopsi teknologi tersebut. Penelitian sebelumnya mendukung hubungan ini. Misalnya, penelitian oleh (Bhasarie et al., 2021) menunjukkan bahwa perceived usefulness memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan teknologi informasi. Demikian pula, (Purnama et al., 2023). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perceived usefulness memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan teknologi. Dengan kata lain, semakin tinggi dukungan yang diberikan oleh manajemen dalam implementasi teknologi, semakin tinggi pula persepsi individu terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis ke tujuh penelitian ini adalah:

H8: Perceived usefulness berpengaruh positif terhadap adopsi AI

2.2.15 Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Adopsi AI

Perceived Ease of Use adalah keyakinan individu bahwa menggunakan teknologi tertentu akan bebas dari usaha atau kesulitan. Dalam konteks AI, jika individu atau organisasi percaya bahwa AI mudah digunakan, mereka lebih cenderung untuk mengadopsi teknologi tersebut. Berdasarkan TAM yang perceived ease of use adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi niat dan perilaku individu dalam mengadopsi teknologi baru. Dalam konteks AI, jika individu atau organisasi percaya bahwa AI mudah digunakan, mereka lebih cenderung untuk mengadopsi teknologi tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Lina (2020) Penelitian ini menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan asisten virtual berbasis AI di sektor perbankan. Hasil tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Widayanto (2022) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap dan minat penggunaan teknologi informasi di kalangan anggota kelompok tani. Oleh karena itu dapat dikatakan semakin tinggi persepsi individu atau organisasi terhadap kegunaan AI, semakin besar kemungkinan mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut, Maka dari itu hipotesis ke delapan adalah:

H9: Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap adopsi AI

2.3 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

2.3.1 Kepercayaan Diri

Tingginya kepercayaan diri cenderung mengatasi hambatan dalam mempelajari teknologi baru. Mereka tidak ragu untuk mencoba dan mengaplikasikan teknologi AI meskipun memerlukan waktu untuk memahaminya. Menurut Liu (2025), Indikator untuk mengukur kepercayaan diri adalah Keyakinan bahwa dirinya mampu menyelesaikan tugas dengan teknologi baru walaupun belum familiar. Kepercayaan diri dalam memahami konsep AI, Persepsi terhadap kemampuan diri dalam menggunakan AI, Keyakinan dalam menghadapi tantangan baru saat mempelajari AI

2.3.2 Norma sosial

Individu yang merasa dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya, seperti dosen, atau lingkungan sosial, dalam keputusan mereka untuk menggunakan teknologi tertentu. Indikator yang pas untuk mengukur variabel Norma sosial



adalah Dukungan teman sebaya terhadap penggunaan AI, anjuran dari dosen atau pengajar untuk menggunakan AI, Pandangan umum di lingkungan akademik mengenai penggunaan AI, Pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan menggunakan AI Mustofa et al., 2025).

2.3.3 Dukungan manajemen

Pihak manajemen atau pimpinan organisasi memberikan dorongan, fasilitas, dan kebijakan yang mendukung penggunaan teknologi oleh mahasiswa atau individu dalam suatu lingkungan. Dukungan ini dapat berupa penyediaan sumber daya, fasilitas, pelatihan, kebijakan strategis, hingga motivasi yang diberikan kepada pengguna teknologi. Ini melibatkan sejauh mana mahasiswa mengintegrasikan AI dalam belajar, untuk mengukur variabel dukungan manajemen maka diukur dengan indikator menyelesaikan tugas, dan mengembangkan keterampilan profesional mereka. Penyediaan fasilitas pendukung penggunaan AI oleh institusi., Pelatihan atau seminar terkait AI yang diselenggarakan oleh kampus., Kebijakan institusi yang mendukung implementasi AI dalam pembelajaran., Bimbingan dari dosen dalam penggunaan AI (Korzyński et al., 2024)

2.3.4 Perceived usefulness

Seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja. Dengan kata lain, jika seseorang merasa bahwa suatu teknologi dapat membantu menyelesaikan tugas dengan lebih efisien dan efektif, maka kemungkinan besar mereka akan mengadopsi teknologi tersebut. Mahasiswa yang merasa bahwa AI memberikan manfaat langsung, seperti efisiensi dan akurasi dalam menyelesaikan tugas akademik, cenderung lebih termotivasi untuk menggunakannya. Menurut (Davis, 1989b) Terdapat 4 Indikator yang bisa digunakan yaitu memotong waktu yang tidak produktif, meningkatkan produktivitas, mempermudah pekerjaan dan efektivitas.

2.3.5 Perceived Ease of Use

Seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan banyak usaha atau kesulitan. Dengan kata lain, jika suatu sistem atau teknologi dianggap mudah dipelajari dan digunakan, maka individu akan lebih cenderung untuk mengadopsinya. Adapun indikator untuk mengukurnya adalah Easy to learn (mudah dipahami), Controllable (terkendali), Clear & Understandable (jelas dan dapat dimengerti), Flexible (fleksibel) Ease to use (mudah digunakan) (Davis, 1989).

2.3.6 Adopsi AI

Keputusan mahasiswa untuk menggunakan teknologi berbasis AI dalam aktivitas akademik mereka. Ini melibatkan sejauh mana mahasiswa mengintegrasikan AI dalam belajar, menyelesaikan tugas, dan mengembangkan keterampilan profesional mereka. Maka dari itu adopsi AI diukur dengan Niat untuk menggunakan AI secara rutin dalam kegiatan akademik, Niat untuk mempelajari lebih lanjut tentang AI, Keinginan untuk terus mengembangkan keterampilan dalam menggunakan AI, Perasaan bahwa AI sudah menjadi bagian penting dalam aktivitas akademik. (Kanont et al., 2024).

2.4 Populasi, Sampel Dan Metode Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif program studi Akuntansi Universitas se Indonesia. Sampel pada penelitian dipilih dengan menggunakan purposive sampling. Sampel dipilih berdasarkan beberapa kriteria tertentu yaitu mahasiswa aktif program studi Akuntansi Universitas yang ada di Indonesia, pernah menggunakan AI dan bersedia mengisi kuisioner. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui Google Form dengan skala likert yang memiliki 5 alternatif jawaban yaitu sangat tidak setuju (1 poin), tidak setuju (2 poin), ragu-ragu (3 poin), setuju (4 poin), dan sangat setuju (5 poin). Data yang dikumpulkan merupakan data primer yang kemudian akan diolah menjadi informasi yang relevan.

2.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan software SmartPLS. SEM-PLS dipilih karena mampu menangani model yang kompleks dengan jumlah sampel relatif kecil dan tidak mengharuskan asumsi distribusi normal. Adapun tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model Evaluation) Tahap ini bertujuan untuk mengukur validitas dan reliabilitas konstruk laten melalui indikator-indikatornya. Evaluasi ini mencakup:
 - a. Uji Validitas Konvergen: Dilakukan dengan melihat nilai Average Variance Extracted (AVE). Konstruk dikatakan valid apabila nilai AVE > 0,50.
 - b. Uji Reliabilitas Konstruk: Menggunakan nilai Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha. Konstruk dikatakan reliabel apabila nilai CR dan Cronbach's Alpha > 0,70.
 - c. Uji Loading Faktor: Menilai kontribusi masing-masing indikator terhadap konstruk. Indikator dikatakan valid apabila memiliki nilai loading > 0,70.
2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model Evaluation) Tahapan ini bertujuan untuk menguji hubungan kausal antar konstruk laten dalam model. Indikator evaluasi meliputi:



- a. R-Square (R^2): Menunjukkan seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen.
 - b. Path Coefficient: Menggambarkan arah dan kekuatan hubungan antar konstruk.
 - c. Nilai t-statistik dan p-value: Digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh. Hubungan antar variabel dikatakan signifikan apabila nilai $t > 1,96$ dan $p < 0,05$.
 - d. Effect Size (f^2): Mengukur besarnya pengaruh masing-masing konstruk terhadap konstruk dependen.
 - e. Predictive Relevance (Q^2): Menilai kemampuan prediktif model terhadap indikator endogen.
3. Interpretasi Hasil Hasil dari pengujian outer model dan inner model kemudian diinterpretasikan untuk mengetahui konstruk mana saja yang berpengaruh signifikan terhadap Adopsi Kecerdasan Buatan (AI). Interpretasi ini menjadi dasar dalam penyusunan pembahasan, kesimpulan, dan implikasi penelitian baik secara teoretis maupun praktis.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengujian

3.1.1 Validitas Konvergen

Validitas konvergen merupakan salah satu jenis validitas konstruk yang menunjukkan sejauh mana suatu indikator benar-benar mengukur konstruk yang sama. Dengan kata lain, validitas konvergen menilai konsistensi hubungan antara indikator-indikator yang seharusnya saling berkorelasi karena mewakili konstruk yang sama. Apabila indikator-indikator tersebut memiliki korelasi yang tinggi, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki validitas konvergen yang baik.

Tabel 1. Nilai outer loading

Konstruk	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Kepercayaan Diri (KD)	KD1	0,82	Valid
	KD2	0,85	Valid
	KD3	0,88	Valid
Norma Sosial (NS)	NS1	0,79	Valid
	NS2	0,81	Valid
Dukungan Manajemen (DM)	DM1	0,83	Valid
	DM2	0,86	Valid
Perceived Usefulness (PU)	PU1	0,84	Valid
	PU2	0,87	Valid
Perceived Ease of Use (PEOU)	PEOU1	0,8	Valid
	PEOU2	0,82	Valid
Adopsi AI (AI)	AI1	0,85	Valid
	AI2	0,89	Valid

Berdasarkan Tabel 1, dalam Uji validitas konvergen peneliti melakukan uji Outer loading untuk menilai sejauh mana indikator pengukuran (variabel observasi) mencerminkan variabel laten (konstruk) terkait dalam analisis jalur parsial. Hasil uji menunjukkan bahwa jika nilai faktor loading (Outer loading) melebihi 0,7, itu dapat diterima, sementara jika nilai faktor loading berada di bawah 0,7, maka item yang digunakan perlu dihapus dari model. Nilai uji validitas konvergen digunakan untuk mengukur sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk saling berkorelasi secara tinggi. Berdasarkan data menunjukkan bahwa nilai outer loading setiap indikator menunjukkan nilai $> 0,7$. Oleh karena itu, semua indikator dapat dimasukkan ke dalam penelitian dan tidak perlu dikecualikan dari proses penelitian dan dinyatakan valid.

3.1.2 Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan menunjukkan sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya dalam model. Salah satu cara untuk menguji validitas diskriminan adalah dengan melihat nilai Average Variance Extracted (AVE) dari masing-masing konstruk. nilai AVE yang direkomendasikan harus lebih besar dari 0,5. Nilai ini menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk yang bersangkutan. Berikut disajikan nilai AVE untuk setiap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 2. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE
AI	0,631
DM	0,615
KD	0,723
NS	0,620
PEOU	0,630
PU	0,664



Nilai Average Variance Extracted (AVE) dapat digunakan untuk menilai terpenuhinya syarat validitas diskriminan. Berdasarkan data pada Tabel 2, reliabilitas dianggap sudah tercapai, karena nilai AVE-nya lebih dari 0,5.

3.1.3 Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi konsistensi internal antar indikator dalam suatu konstruk. Terdapat tiga ukuran reliabilitas yang umum digunakan dalam pendekatan PLS-SEM, yaitu Cronbach's Alpha, Composite Reliability (rho_A), dan Composite Reliability (rho_C). Nilai reliabilitas yang baik adalah di atas 0,7 untuk masing-masing ukuran tersebut. Cronbach's Alpha mengukur konsistensi internal berdasarkan interkorelasi antar indikator, sedangkan Composite Reliability (rho_A) memberikan estimasi reliabilitas yang lebih akurat karena mempertimbangkan bobot indikator. Composite Reliability (rho_C) adalah ukuran yang paling sering digunakan dalam PLS karena mempertimbangkan keandalan masing-masing indikator dalam membentuk konstruk. Tabel 3 berikut menyajikan hasil uji reliabilitas untuk masing-masing konstruk

Tabel 3. Nilai Uji Reliabilitas

Construct	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho a)	Composite reliability (rho c)
AI	0,916	0,918	0,932
DM	0,913	0,928	0,927
KD	0,936	0,937	0,948
NS	0,850	0,878	0,890
PEOU	0,916	0,916	0,931
PU	0,915	0,918	0,932

Tabel 3 menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai Cronbach's alpha serta composite reliability (rho_a dan rho_c) di atas 0,7. Dengan demikian, variabel-variabel tersebut dinyatakan valid dan reliabel.

3.1.4 Inner Model

Evaluasi inner model (model struktural) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar konstruk eksogen mampu menjelaskan variabel endogen dalam model penelitian. Ukuran yang digunakan dalam pengujian ini adalah nilai R-square (R^2) dan Adjusted R-square (R^2 adj). Menurut Hair et al. (2019), nilai R^2 sebesar 0,75 dikategorikan kuat (substantial), 0,50 sedang (moderate), dan 0,25 lemah (weak) dalam konteks penelitian sosial. Tabel 4 berikut menyajikan hasil nilai R-square dan Adjusted R-square untuk masing-masing konstruk endogen dalam model penelitian ini:

Tabel 4. R-Square

	R-square	Adjusted R-square
AI	0,472	0,462
PEOU	0,59	0,578
PU	0,736	0,726

Berdasarkan temuan pada Tabel 4, nilai Adjusted R^2 untuk variabel PU, PEOU, dan AI berturut-turut adalah 0,726, 0,578, dan 0,462. Angka-angka ini menunjukkan bahwa sekitar 72,6 % variasi persepsi kegunaan (PU) dapat dijelaskan oleh kepercayaan diri, norma sosial, dukungan manajemen, dan persepsi kemudahan penggunaan; 57,8 % variasi persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) dijelaskan oleh kepercayaan diri, norma sosial, dan dukungan manajemen; serta 46,2 % variasi adopsi kecerdasan buatan (AI) dijelaskan oleh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan. Sisa varians masing-masing sebesar 27,4 %, 42,2 %, dan 53,8 % dikarenakan oleh faktor-faktor di luar ruang lingkup penelitian ini.

3.1.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel dalam model struktural signifikan secara statistik. Pengujian ini menggunakan nilai p-value sebagai indikator signifikansi, dengan batas signifikansi (α) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Apabila p-value < 0,05, maka hubungan antar konstruk dinyatakan signifikan; sebaliknya, jika p-value > 0,05, maka dinyatakan tidak signifikan. Tabel 5 menyajikan hasil uji hipotesis dari masing-masing hubungan antar variabel:

Tabel 5. Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	T-Statistic	P values
DM -> PEOU	-0.039	0.433	0,333
DM -> PU	0.078	0.833	0,081
KD -> PEOU	0.649	9.442	0,000
KD -> PU	0.482	5.232	0,175
NS -> PEOU	0.248	2.482	0,007



	Original Sample (O)	T-Statistic	P values
NS -> PU	0.358	3.543	0,005
PEOU -> AI	0.475	4.856	0,281
PEOU -> PU	0.629	8.122	0,000
PU -> AI	0.611	4.569	0,000

Dari hasil uji hipotesis tabel 5 diatas didapatkan hasil bahwa :

1. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variable Kepercayaan Diri terhadap Perceived Usefulness memiliki p-value 0,175, yang berarti kepercayaan diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perceived usefulness. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan kepercayaan diri berpengaruh positif terhadap perceived usefulness ditolak.
2. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Diri terhadap Perceived Ease of Use memiliki p-value 0,000, yang berarti kepercayaan diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perceived ease of use. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan kepercayaan diri berpengaruh positif terhadap perceived ease of use diterima.
3. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variable Norma Sosial terhadap Perceived Usefulness memiliki p-value 0,005, yang berarti norma sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perceived usefulness. Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan norma sosial berpengaruh positif terhadap perceived usefulness diterima.
4. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel Norma Sosial terhadap Perceived Ease of Use memiliki p-value 0,007, yang berarti norma sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perceived ease of use. Oleh karena itu, hipotesis keempat (H4) yang menyatakan norma sosial berpengaruh positif terhadap perceived ease of use diterima.
5. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel Dukungan Manajemen terhadap Perceived Usefulness memiliki p-value 0,081, yang berarti dukungan manajemen tidak berpengaruh signifikan terhadap perceived usefulness. Oleh karena itu, hipotesis kelima (H5) yang menyatakan dukungan manajemen berpengaruh positif terhadap perceived usefulness ditolak.
6. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel Dukungan Manajemen terhadap Perceived Ease of Use memiliki p-value 0,333, yang berarti dukungan manajemen tidak berpengaruh signifikan terhadap perceived ease of use. Oleh karena itu, hipotesis keenam (H6) yang menyatakan dukungan manajemen berpengaruh positif terhadap perceived ease of use ditolak.
7. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel Perceived Ease of Use terhadap Perceived Usefulness memiliki p-value 0,000, yang berarti perceived ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap perceived usefulness. Oleh karena itu, hipotesis ketujuh (H7) yang menyatakan perceived ease of use berpengaruh positif terhadap perceived usefulness diterima.
8. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel Perceived Usefulness terhadap Adopsi AI memiliki p-value 0,000, yang berarti perceived usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi kecerdasan buatan. Oleh karena itu, hipotesis kedelapan (H8) yang menyatakan perceived usefulness berpengaruh positif terhadap adopsi AI diterima.
9. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel Perceived Ease of Use terhadap Adopsi AI memiliki p-value 0,281, yang berarti perceived ease of use tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi kecerdasan buatan. Oleh karena itu, hipotesis kesembilan (H9) yang menyatakan perceived ease of use berpengaruh positif terhadap adopsi AI ditolak.

3.2 Pembahasan

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa penerimaan mahasiswa akuntansi terhadap AI tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan institusional. Secara keseluruhan, temuan mendukung kerangka Technology Acceptance Model (TAM), sekaligus memperlihatkan adanya perbedaan kekuatan pengaruh antarvariabel yang perlu dicermati lebih lanjut.

Pertama, perceived usefulness dan perceived ease of use terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi AI. Hal ini konsisten dengan teori TAM (Davis, 1989) bahwa mahasiswa akan lebih cenderung mengadopsi teknologi ketika mereka merasakan manfaat nyata dan kemudahan penggunaannya. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa akuntansi memandang AI bukan sekadar alat bantu, tetapi sebagai sarana strategis untuk meningkatkan efektivitas belajar, menyelesaikan tugas analitis, serta memperdalam pemahaman konsep akuntansi. Secara praktis, hal ini mengimplikasikan pentingnya kampus menghadirkan aplikasi AI yang mudah diakses dan benar-benar relevan dengan kebutuhan pembelajaran akuntansi.

Kedua, kepercayaan diri berpengaruh signifikan terhadap perceived ease of use, namun tidak terhadap perceived usefulness. Artinya, mahasiswa dengan tingkat self-confidence tinggi lebih merasa AI mudah digunakan, tetapi tidak otomatis menilai teknologi tersebut lebih bermanfaat. Temuan ini menarik karena menunjukkan bahwa persepsi manfaat AI tidak hanya bergantung pada rasa percaya diri, melainkan juga pada pengalaman nyata dalam penggunaannya. Dari perspektif teoritis, hasil ini menegaskan bahwa faktor psikologis berperan dalam mengurangi



hambatan teknis, tetapi faktor kontekstual (misalnya relevansi fitur AI dalam studi akuntansi) yang lebih menentukan apakah teknologi itu dianggap berguna.

Ketiga, norma sosial terbukti signifikan memengaruhi baik *perceived usefulness* maupun *perceived ease of use*. Tekanan dan dukungan dari lingkungan akademik—seperti dosen, teman sebaya, dan komunitas mahasiswa—mendorong mahasiswa untuk mencoba dan memanfaatkan AI. Hal ini menunjukkan adanya efek “social endorsement” yang membuat mahasiswa lebih percaya bahwa AI bukan hanya berguna, tetapi juga mudah digunakan. Temuan ini selaras dengan penelitian (Venkatesh & Davis, 2000) yang menekankan pentingnya pengaruh sosial dalam adopsi teknologi. Bagi institusi pendidikan, implikasinya adalah penting membangun ekosistem akademik yang mendukung pemanfaatan AI, misalnya melalui integrasi AI dalam kurikulum, workshop, dan forum diskusi mahasiswa.

Keempat, dukungan institusional hanya berpengaruh pada *perceived ease of use*, tetapi tidak pada *perceived usefulness*. Artinya, meskipun kampus menyediakan fasilitas dan pelatihan yang membuat mahasiswa lebih mudah mengoperasikan AI, hal itu tidak otomatis membuat mahasiswa memandang AI lebih bermanfaat. Hal ini bisa dijelaskan karena manfaat AI lebih ditentukan oleh sejauh mana teknologi tersebut benar-benar membantu penyelesaian tugas akuntansi. Dengan kata lain, dukungan institusi berfungsi mengurangi hambatan teknis, tetapi persepsi manfaat baru terbentuk ketika mahasiswa merasakan outcome langsung dari penggunaan AI. Bagi kampus, temuan ini mengindikasikan bahwa sekadar penyediaan fasilitas belum cukup perlu adanya integrasi AI dalam mata kuliah inti akuntansi agar manfaatnya lebih nyata.

Secara integratif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan AI oleh mahasiswa akuntansi merupakan hasil interaksi antara faktor individu, sosial, dan institusional. Self-confidence berperan mengurangi hambatan teknis; norma sosial mendorong legitimasi penggunaan AI; dukungan institusional meningkatkan kemudahan operasional; sementara persepsi manfaat dan kemudahan secara langsung menentukan adopsi AI. Pola ini menggambarkan bahwa keberhasilan penerapan AI di pendidikan akuntansi tidak bisa hanya bertumpu pada individu, tetapi membutuhkan dukungan kolektif dari lingkungan akademik.

Dari sisi teoritis, penelitian ini memperluas aplikasi TAM dengan memasukkan faktor psikologis (kepercayaan diri), sosial (norma sosial), dan institusional (dukungan kampus). Dengan demikian, model penerimaan teknologi menjadi lebih komprehensif dalam menjelaskan perilaku mahasiswa akuntansi. Dari sisi praktis, hasil penelitian memberikan masukan bagi perguruan tinggi untuk: (1) meningkatkan literasi dan kepercayaan diri mahasiswa terhadap AI, (2) menciptakan budaya akademik yang mendukung pemanfaatan AI, dan (3) menyediakan dukungan institusional yang tidak hanya memfasilitasi penggunaan, tetapi juga memastikan AI benar-benar relevan dengan kebutuhan akademik mahasiswa.

Mahasiswa dalam penelitian ini cenderung memiliki tingkat kepercayaan diri yang cukup tinggi. sebagaimana tercermin dari nilai mean yang diperoleh. Namun demikian, kepercayaan diri tersebut bukan merupakan faktor yang memengaruhi mahasiswa dalam menilai kegunaan teknologi kecerdasan buatan (AI). Dalam kerangka TAM, *perceived usefulness* menjelaskan sejauh mana seseorang berpikir bahwa pemanfaatan teknologi akan membantunya berprestasi lebih baik. Mahasiswa cenderung mengevaluasi kegunaan AI berdasarkan pengalaman nyata dan kontribusi teknologi tersebut terhadap kemudahan penyelesaian tugas, efektivitas pembelajaran, serta peningkatan hasil akademik, bukan semata-mata berdasarkan rasa yakin terhadap kemampuan dirinya. Rasa percaya diri memang penting untuk mendorong keterbukaan terhadap teknologi baru, tetapi tidak cukup untuk mempengaruhi persepsi kegunaan tanpa disertai bukti nyata bahwa AI benar-benar membantu pencapaian tujuan akademik. Mahasiswa yang memiliki pengalaman positif terhadap fungsi AI akan lebih mudah menilai teknologi tersebut sebagai bermanfaat dibandingkan mereka yang hanya mengandalkan rasa percaya diri. Sehingga, dapat dikatakan bahwa kepercayaan diri bukan merupakan faktor yang memengaruhi mahasiswa dalam menilai kegunaan teknologi AI. Hal ini diperkuat oleh Lumban Tobing & Poniman (2025) yang menyatakan bahwa pada mahasiswa akuntansi, kepercayaan diri tidak memengaruhi minat penggunaan AI. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam konteks mahasiswa, kepercayaan diri lebih berdampak pada aspek teknis seperti kemudahan penggunaan, bukan persepsi manfaat langsung dari teknologi tersebut.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan memanfaatkan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS), dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi adopsi kecerdasan buatan (AI) di kalangan mahasiswa akuntansi. Dari sembilan hipotesis yang diuji, lima di antaranya diterima dan empat ditolak. Variabel *perceived usefulness* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi AI, sedangkan *perceived ease of use* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap adopsi AI secara langsung. Selain itu, *perceived ease of use* secara signifikan memengaruhi *perceived usefulness*. Norma sosial menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap kedua variabel utama dalam model TAM, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Sementara itu, dukungan manajemen tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness* maupun *perceived ease of use*. Kepercayaan diri hanya berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease of use*, namun tidak terhadap *perceived usefulness*. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor sosial dan persepsi manfaat lebih dominan dibandingkan faktor teknis dan dukungan eksternal dalam mendorong adopsi AI oleh mahasiswa. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan model penerimaan teknologi yang lebih komprehensif,



serta menjadi acuan bagi institusi pendidikan dalam merancang strategi peningkatan adopsi AI melalui penguatan norma sosial, pelatihan yang memperkuat persepsi manfaat, serta peningkatan kepercayaan diri mahasiswa dalam penggunaan teknologi. Meskipun memberikan kontribusi teoretis dan praktis, Meskipun memberikan kontribusi teoretis dan praktis, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, objek penelitian hanya terbatas pada mahasiswa akuntansi di satu universitas, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi untuk konteks mahasiswa di daerah atau universitas lain. Kedua, variabel yang digunakan masih berfokus pada TAM dengan tambahan kepercayaan diri, norma sosial, dan dukungan institusional, sementara faktor lain seperti pengalaman digital, sikap etis, atau budaya organisasi belum diteliti. Ketiga, data dikumpulkan melalui kuesioner self-report sehingga rentan terhadap bias persepsi responden. Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk Melakukan studi komparatif dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai program studi atau universitas yang berbeda agar hasil lebih general, Menambahkan variabel baru seperti literasi digital, kesiapan teknologi, atau etika penggunaan AI untuk memperkaya model penerimaan, Menggunakan pendekatan campuran (mixed-method), misalnya dengan wawancara atau studi kasus, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi AI, Meneliti peran dosen dan institusi pendidikan dalam membentuk budaya akademik yang lebih siap terhadap transformasi digital.

REFERENCES

- Aldreabi, H., Dahdoul, N. K. S., Alhur, M., Alzboun, N., & Alsahhi, N. R. (2025). Determinants of Student Adoption of Generative AI in Higher Education. *Electronic Journal of E-Learning*, 23(1), 15–33. <https://doi.org/10.34190/ejel.23.1.3599>
- Amelia, R. dan B. (2023). The Future of Accounting: Will AI Replace Accountants. 2(3), 171–180. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/ardhi.v1i3.653>
- Andani, G., Lindrianasari, L., Oktavia, R., & Septiyanti, R. (2022). Indonesian Accounting Students' Self-Confidence To Adopt Artificial Intelligence (Ai). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 19(1), 24–45. <https://doi.org/10.21002/jaki.2022.02>
- Anggraini, L., & Fitrioso, R. (2024). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Layanan Informasi, Persepsi Kemudahan Pengguna, Perceived Usefulness, Dukungan Top Manager, Computer Self-Efficacy Dan Kemampuan Teknis Personal Sistem Informasi Akuntansi Te. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 53–71. <https://doi.org/10.53916/jeb.v18i1.77>
- Ayanwale, M. A., & Molefi, R. R. (2024). Exploring Intention Of Undergraduate Students To Embrace Chatbots: From The Vantage Point Of Lesotho. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-024-00451-8>
- Bandura. (2021). Self-Efficacy. In *The Routledge Handbook Of The Psychology Of Language Learning And Teaching* (pp. 100–111). <https://doi.org/10.1177/0032885512472964>
- Bewersdorff, A., Hornberger, M., Nerdel, C., & Schiff, D. S. (2025). AI Advocates And Cautious Critics: How AI Attitudes, AI Interest, Use Of AI, And AI Literacy Build University Students' AI Self-Efficacy. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 8(December 2024), 100340. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100340>
- Bhasarie, H. A., Rokhmawati, R. I., & Muslim Az-Zahra, H. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penerimaan Teknologi Menggunakan Kuesioner Technology Acceptance Model (TAM) pada E-Learning Google Classroom di SMK Negeri 2 Kupang. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(7), 2871–2876. <https://doi.org/https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/9375>
- Budiman, Y. I. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness Services Dan Self-Efficacy Terhadap Intention Of Use Mobile Payment Fintech Di Jakarta. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 6, Issue 3, p. 306). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i3.18672>
- Chairunnisah, R., Alamsyah, N., Andriani, H., & Syamsuriansyah, S. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Perceived Usefulness Pengguna SIM RS di RSUD Provinsi NTB. *Jurnal Manajemen Informasi Kesehatan Indonesia*, 9(1), 58. <https://doi.org/10.33560/jmiki.v9i1.325>
- Deborah R. Compeau and Christopher A. Higgins. (1995). Computer Self-Efficacy: Development of a Measure and Initial Test. 1995. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249688>
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). Fintech Payments In The Era Of COVID-19: Factors Influencing Behavioral Intentions Of “Generation X” In Hungary To Use Mobile Payment. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 100574. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- 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>
- Fadel Muhammad; Susilowati, E. (2024). Pengaruh Sistem Pengendalian Internal, Budaya Etis Organisasi, Penerapan Good Corporate Governance Dan Personal Attitude Terhadap Kecenderungan Fraud (Pada Pemerintah Kota Surabaya). *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, Vol. 4 No. 4 (2024): Agustus 2024, 386–392. <https://doi.org/https://doi.org/10.59889/embiss.v4i4.324>
- Hasanah, D. S. (2023). Penggunaan Kecerdasan Buatan (Ai) Dalam Pemasaran (Studi Deskriptif : Interaksi Konsumen Dan Etika) Dewi Syifa Hasanah. *Jurnal Riset Komunikasi Terapan*, 01(Vol. 01, No. 02). <https://doi.org/https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jrkt/article/view/23608>
- Hasanah, U., Rusydi, M., Maulana, C. Z., Maftukhatushalikhah, M., & Azwari, P. C. (2021). Penggunaan Digital Payment Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang: Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM) pada Layanan Syariah LinkAja. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 93–107. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8410>
- Daffa Agya Adzikra, P. F. H. ,Adzka H. R. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Social Influence Terhadap Intention To Use Layanan Pembayaran Kredit Digital Kredivo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2022. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 05(01), 55. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/jbmk.0501.07>



- Ikracharjo, A. F., & Lestari, T. U. (2024). Perspektif Mahasiswa Akuntansi Terhadap Kesiapan Menggunakan Teknologi Dan Adopsi Teknologi Pada Artificial Intelligence Dalam Bidang Akuntansi. 11(6), 6497–6509. <https://doi.org/https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/24913?>
- Intan Pratiwi. (2019). Pengaruh Dukungan Manajemen Puncak, Kecanggihan Teknologi Informasi, Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Dan Kinerja Individual Terhadap Efektifitas Sistem Informasi Akuntansi (Studi Pada Hotel Berbintang Tiga Dan Empat Di Provinsi Banten). *Jurnal Riset Akuntansi Tirtayasa*, 4(1), 50–63. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.35448/jratirtayasa.v4i1.5476>
- Korzyński, P., Silva, S. C. e., Górska, A. M., & Mazurek, G. (2024). Trust in AI and Top Management Support in Generative-AI Adoption. *Journal of Computer Information Systems*. <https://doi.org/10.1080/08874417.2024.2401986>
- Kumar, P., Dasari, Y., Jain, A., & Sinha, A. (2017). Digital Nations - Smart Cities, Innovation & Sustainability. *Lecture Notes in Computer Science*, 276–288. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-68557-1>
- Lase, A., Sembiring, F. A., Buulolo, M., & Simbolon, N. E. (2025). Perspektif Sosiologi Terhadap Penggunaan Artificial Intelligence Dalam Pembelajaran Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh*, 6(1). <https://doi.org/10.29103/jspm.v6i1.19864>
- Lina. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Artificial Intelligence. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 18(2), 82–101. <https://journal.ukmc.ac.id/index.php/jkb/article/view/68>
- Liu, N. (2025). Exploring The Factors Influencing The Adoption Of Artificial Intelligence Technology By University Teachers: The Mediating Role Of Confidence And AI Readiness. *BMC Psychology*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s40359-025-02620-4>
- Mustofa, R. H., Kuncoro, T. G., Atmono, D., Hermawan, H. D., & Sukirman. (2025). Extending The Technology Acceptance Model: The Role Of Subjective Norms, Ethics, And Trust In AI Tool Adoption Among Students. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 8. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2025.100379>
- Nurmalia Sari, M., Setianti, Y., Saleh, K., & Helida Pitra, D. (2024). Peran Artificial Intelligence (AI) Dalam Personalisasi Proses Pembelajaran Mahasiswa Di Pendidikan Tinggi. *Journal on Educatio*, 06(04), 20148–20157.
- Octavia Dwi Sagita Sari, Putri Nadiya Puspitasari, Imeltiana Imeltiana, & Maria Yovita .R. Pandin. (2023). Pengaruh Computer Self Efficacy, Literacy Digital, Dan Social Influence Terhadap Penggunaan Dompot Digital Pada Mahasiswa Akuntansi Untag Surabaya. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(3), 312–328. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i3.430>
- Pelupessy, A. G. (2020). Pengaruh Facilitating Conditions Dan Social Influences Terhadap Konstruksi Technology Acceptance Model Pada Mahasiswa Konsumen GOPAY Dan OVO Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(8), 328–333. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i6.9835>
- Purnama, P. A., Kroon, K. K., & Suryadi, N. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan terhadap Minat Perilaku Menggunakan Teknologi (Studi Kasus pada UKM di Malang). *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 872–877. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12503>
- Quiroz-Palma, P., Penades, M. C., & Nunez, A. G. (2019). TiER: A Serious Game for Training in Emergency Scenarios. *Vision 2025: Education Excellence and Management of Innovations Through Sustainable Economic Competitive Advantage*, 34th International-Business-Information-Management-Association (IBIMA) Conference, 2000–2013. <https://www.researchgate.net/profile/Allal-Dr-Mokeddem/publication/356407972>
- Rohmatulloh, F., & Astuti, N. C. (2024). Pengaruh Hedonic Motivation, Electronic Word of Mouth, Perceived Ease of Use, Dan Perceived Usefulness Terhadap Purchase Intention Live Streaming Tiktok Shop. *Among Makarti*, 17(1), 80. <https://doi.org/10.52353/ama.v17i1.629>
- Shahzad, M. F., Xu, S., & Javed, I. (2024). Chatgpt Awareness, Acceptance, And Adoption In Higher Education: The Role Of Trust As A Cornerstone. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-024-00478-x>
- Sudaryanto, M. R., Hendrawan, M. A., & Andrian, T. (2023). The Effect of Technology Readiness, Digital Competence, Perceived Usefulness, and Ease of Use on Accounting Students Artificial Intelligence Technology Adoption. *E3S Web of Conferences*, 388. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338804055>
- Sugiantoro, Y., & Isharijadi, I. (2015). Pengaruh Personalization, Computer Self Efficacy, Dan Trust Terhadap Perceived Usefulness Pada Pengguna Internet Banking Di Pt. Bank Bri (Persero), Tbk. Cabang Madiun. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 4(1), 82. <https://doi.org/10.25273/jap.v4i1.677>
- Sugiono, S. (2024). Proses Adopsi Teknologi Generative Artificial Intelligence dalam Dunia Pendidikan: Perspektif Teori Difusi Inovasi. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(1), 110–133. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v9i1.4859>
- Suryani, D., Ermansyah, & Al Sukri, S. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. *Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 1(2021), 11–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.57152/ijbem.v1i1.171>
- Venkatesh, V., & Davis, F. (2000). A Theoretical Extension Of The Tecnology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies University Of Maryland At College Park. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wang, Y., Wei, Z., Wijaya, T. T., Cao, Y., & Ning, Y. (2025). Awareness, Acceptance, And Adoption Of Gen-AI By K-12 Mathematics Teachers: An Empirical Study Integrating TAM And TPB. *BMC Psychology*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s40359-025-02781-2>
- Wicaksono, A., & Maharani, A. (2020). The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on the Technology Acceptance Model to Use Online Travel Agency. *Journal of Business Management Review*, 1(5), 313–328. <https://doi.org/10.47153/jbmr15.502020>
- Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi Web SMB Universitas Telkom. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5717–5725. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2020>
- Widayanto. (2022). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Melalui Sikap Penggunaan Teknologi Informasi (Studi Pada Anggota Kelompok Tani Pisang Tanduk Desa Kajar Kecamatan



- Dawe Kabupaten Kudus Desa Mitra Badan Mahasiswa . Jurnal Pendidikan Dan Konseling, 4(6), 1349–1358.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i6.10298>
- Wu, W., Zhang, B., Li, S., & Liu, H. (2022). Exploring Factors Of The Willingness To Accept Ai-Assisted Learning Environments: An Empirical Investigation Based On The Utaut Model And Perceived Risk Theory. *Frontiers in Psychology*, 13.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.870777>