**DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING** ***Volume 15, Nomor 3, Tahun 2026, Halaman 1-14***
*http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting* ***ISSN (Online): 2337-3806***

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT PERILAKU PENGGUNA CHATGPT DALAM PROSES PEMBELAJARAN AKUNTANSI BERBASIS UTAUT 3 (Sudi Kasus Mahasiswa Akuntansi Universitas Diponegoro)

Shafa Aura Intania
Wahyu Meiranto [1]
Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl.Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +6282135240978

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the factors influencing the behavioral intention of accounting students at Diponegoro University to use ChatGPT as a learning tool, using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 3, and to examine the effect of behavioral intention on actual ChatGPT use behavior. The framework evaluates the influence of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, and personal innovativeness on behavioral intention. This study employed a quantitative approach involving 301 accounting students at Diponegoro University who had prior experience using ChatGPT in their accounting learning activities. The respondents were selected through purposive sampling. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4. The results indicate that performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, habit, and personal innovativeness have a positive and significant effect on students' behavioral intention to use ChatGPT. Furthermore, behavioral intention has a significant positive effect on ChatGPT use behavior. Conversely, hedonic motivation and price value have no significant effect on behavioral intention. These findings confirm that the adoption of ChatGPT among accounting students is driven more by functional benefits, ease of use, and habit than by enjoyment or cost considerations.*

***Keywords:*** *UTAUT 3, ChatGPT, Behavioral Intention, Use Behavior*

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi yang berlangsung sangat cepat menempatkan informasi sebagai aset strategis bagi individu maupun organisasi. Informasi tidak lagi dipandang sekadar sekumpulan data. Ia membentuk arah kebijakan dan menopang keberlangsungan organisasi. Perkembangan ini mendorong lahirnya berbagai inovasi, dan salah satu yang paling menonjol adalah kecerdasan buatan atau *artificial intelligence* (AI). AI adalah sistem teknologi yang dirancang agar komputer dan mesin mampu merespons layaknya kecerdasan manusia. Sistem ini juga dapat memahami informasi yang diterima lalu mengolahnya menjadi pengetahuan yang sesuai dengan konteks (Saha et al., 2025).

Transformasi digital kemudian mendorong integrasi AI ke dalam bidang pendidikan, yang telah dikaji secara luas dalam beberapa tahun terakhir (Chen et al., 2020). Di pendidikan tinggi, AI modern menjadi penggerak transformasi institusi karena menggantikan metode tradisional yang masih bergantung pada proses manual. Hal ini meningkatkan adaptabilitas institusi terhadap perubahan sekaligus mendorong peningkatan mutu pendidikan (Kuleto et al., 2021).

[1] *Corresponding author*

Di antara berbagai inovasi AI, ChatGPT yang dikembangkan oleh OpenAI menjadi salah satu terobosan paling menonjol. Sejak diperkenalkan pada 30 November 2022, ChatGPT menarik perhatian publik secara luas dan meraih lebih dari satu juta pengguna dalam waktu kurang dari satu minggu (Farrokhnia et al., 2024). ChatGPT memanfaatkan teknologi *Large Language Model* (LLM) untuk menghasilkan percakapan yang menyerupai interaksi manusia (Adeshola & Adepoju, 2023). Dalam konteks pendidikan, ChatGPT menawarkan sumber belajar yang fleksibel dan instan. Alat ini dapat membantu mahasiswa memahami materi kuliah, mencari referensi, hingga menyusun struktur tulisan akademik (Adeshola & Adepoju, 2023). Karena itu, ChatGPT menjadi alat bantu belajar yang potensial di tengah meningkatnya kebutuhan akan pembelajaran mandiri dan fleksibel (Dwivedi et al., 2023).

Popularitas ChatGPT tercermin pada data penggunaannya. Menurut Backlinko (2025), ChatGPT menempati posisi teratas secara global dengan 546,15 juta pengguna aktif bulanan hingga April 2025. Aplikasi ini juga menjadi aplikasi AI dengan unduhan terbanyak sepanjang 2024, yakni 250,1 juta kali. Dominasi serupa terlihat di Indonesia. Survei Populix menunjukkan bahwa ChatGPT merupakan aplikasi AI yang paling banyak digunakan dengan persentase 52% dari total responden. Sebagian besar penggunanya berasal dari kelompok usia 17–25 tahun, yang juga merupakan rentang usia umum mahasiswa (Annur, 2023).

Popularitas AI di kalangan mahasiswa sejalan dengan transformasi yang sedang terjadi di bidang akuntansi dan keuangan (Ballantine et al., 2024). Prosedur pelaporan dan pengelolaan informasi keuangan yang sebelumnya dijalankan secara manual dan linier mulai digantikan oleh sistem yang terintegrasi dan otomatis. Pembelajaran mesin dan analisis data kini dimanfaatkan untuk mengotomatisasi aktivitas rutin seperti pencatatan dan klasifikasi transaksi (Odonkor et al., 2024). Dalam pendidikan akuntansi, mahasiswa sering mengalami kesulitan memahami konsep yang bersifat teknis dan abstrak. ChatGPT dapat dimanfaatkan untuk memperoleh penjelasan materi, menyusun tugas, serta meningkatkan pemahaman konsep secara mandiri (Maruszewska et al., 2024). Di sisi lain, penggunaannya memunculkan perdebatan di lingkungan akademik. Teknologi ini dipandang sebagai peluang sekaligus ancaman bagi mutu pembelajaran dan integritas akademik (Ballantine et al., 2024).

Meskipun potensinya besar, tidak semua mahasiswa otomatis mengadopsi ChatGPT sebagai alat bantu belajar. Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) banyak digunakan untuk menjelaskan niat dan perilaku adopsi teknologi baru. Venkatesh et al. (2003) mengidentifikasi empat penentu utama niat, yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Venkatesh et al. (2012) kemudian menambahkan motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan dalam UTAUT 2. Farooq et al. (2017) memperluasnya menjadi UTAUT 3 dengan memasukkan keinovatifan personal untuk menangkap kecenderungan individu dalam merespons kemajuan teknologi.

Temuan penelitian terdahulu belum menunjukkan pola yang konsisten. Jasrai (2025) menemukan bahwa ekspektasi kinerja, kondisi yang memfasilitasi, nilai harga, dan kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan ChatGPT, sedangkan ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan motivasi hedonis tidak. Gupta dan Priyanka (2025) menemukan bahwa hampir seluruh konstruk UTAUT 3 signifikan pada mahasiswa manajemen di India, kecuali motivasi hedonis. Di Indonesia, Habibi et al. (2024) melaporkan bahwa kendali perilaku, sikap, kondisi yang memfasilitasi, ekspektasi usaha, dan motivasi hedonis menjadi faktor yang paling memengaruhi niat, sedangkan ekspektasi kinerja dan kebiasaan tidak signifikan. Tiwari et al. (2022) menunjukkan bahwa dalam situasi krisis pandemi COVID-19, nilai harga justru menjadi prediktor terkuat. Perbedaan-perbedaan ini menandakan bahwa faktor penentu adopsi bergantung pada karakteristik

pengguna, lingkungan, dan bidang keilmuan, sehingga pengujian pada konteks yang berbeda masih diperlukan.

Kajian yang secara spesifik membahas penerimaan ChatGPT oleh mahasiswa akuntansi di Indonesia dengan kerangka UTAUT 3 masih terbatas. Penelitian ini mengadaptasi Jasrai (2025) yang meneliti mahasiswa lintas jurusan di universitas swasta di India. Penelitian ini berfokus pada mahasiswa akuntansi di perguruan tinggi negeri di Indonesia. Pembelajaran akuntansi menuntut kemampuan analitis, pemahaman terhadap standar akuntansi, serta penyelesaian studi kasus yang kompleks. Karakteristik tersebut memungkinkan adanya perbedaan faktor yang memengaruhi niat penggunaan ChatGPT dibandingkan bidang ilmu lain.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan keinovatifan personal terhadap niat perilaku mahasiswa akuntansi dalam menggunakan ChatGPT pada proses pembelajaran akuntansi, dan (2) menganalisis pengaruh niat perilaku terhadap perilaku penggunaan ChatGPT. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur adopsi teknologi dengan menguji relevansi UTAUT 3 dalam konteks pendidikan tinggi akuntansi di Indonesia. Secara praktis, hasilnya dapat menjadi acuan bagi perguruan tinggi, khususnya program studi akuntansi, dalam merancang strategi pembelajaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan mendorong pemanfaatan AI secara bijak dan produktif.

## KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

### *Theory of Planned Behavior* (TPB)

TPB merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* yang disempurnakan oleh Ajzen (1991) agar mengakomodasi faktor-faktor yang tidak sepenuhnya berada dalam kendali individu. Menurut teori ini, perilaku ditentukan oleh niat, dan niat dibentuk oleh tiga determinan. Ketiganya adalah sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian. Sikap adalah evaluasi positif atau negatif terhadap suatu perilaku. Norma subjektif adalah persepsi tentang tekanan sosial untuk berperilaku atau tidak. Kontrol perilaku persepsian adalah persepsi tentang mudah atau sulitnya suatu perilaku dilakukan berdasarkan sumber daya, kesempatan, dan hambatan yang dimiliki (Ajzen, 1991). TPB banyak digunakan untuk menjelaskan pengambilan keputusan, termasuk adopsi teknologi, dan menjadi dasar konseptual bagi banyak konstruk dalam UTAUT.

### *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* 3 (UTAUT 3)

UTAUT dikemukakan oleh Venkatesh et al. (2003) dengan empat konstruk utama yang memengaruhi niat perilaku. Ekspektasi kinerja adalah keyakinan bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan efektivitas pekerjaan. Ekspektasi usaha adalah persepsi kemudahan penggunaan sistem. Pengaruh sosial adalah sejauh mana individu merasa orang-orang penting di sekitarnya mendorong penggunaan teknologi. Kondisi yang memfasilitasi mencakup ketersediaan fasilitas, infrastruktur, pelatihan, dan bantuan teknis. Venkatesh et al. (2012) mengembangkan UTAUT 2 dengan menekankan konteks konsumen melalui tiga konstruk baru. Motivasi hedonis adalah rasa senang dan kepuasan dari penggunaan teknologi. Nilai harga adalah evaluasi manfaat dibandingkan biaya. Kebiasaan adalah perilaku berulang yang berlangsung otomatis. Farooq et al. (2017) selanjutnya membangun UTAUT 3 dengan menambahkan keinovatifan personal, yaitu dorongan internal individu untuk bereksperimen dengan teknologi informasi baru. Niat perilaku menggambarkan rencana atau komitmen individu menggunakan teknologi di masa depan, dan perilaku penggunaan adalah pemanfaatan teknologi secara nyata yang muncul setelah niat terbentuk (Venkatesh et al., 2003).

### *ChatGPT*

ChatGPT (*Chat Generative Pre-trained Transformer*) adalah model bahasa berbasis AI yang berinteraksi melalui percakapan alami. Model ini dapat menjawab pertanyaan, menjelaskan konsep, meringkas informasi, dan membantu penulisan teks maupun kode program (Kasneci et al., 2023). Kemampuannya bertumpu pada *Natural Language Processing* dan pelatihan menggunakan data teks berskala besar yang disempurnakan melalui umpan balik manusia (Dwivedi et al., 2023).

### Pengembangan Hipotesis

#### Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT

**.** Menurut Venkatesh et al. (2003), ekspektasi kinerja menjadi faktor penting yang memengaruhi niat memanfaatkan teknologi informasi. Individu yang percaya teknologi membantu menyelesaikan tugas secara lebih efektif cenderung memiliki niat yang kuat untuk menggunakannya. Pandangan ini sejalan dengan TPB, di mana sikap positif terhadap perilaku membentuk niat (Ajzen, 1991). Dalam pembelajaran akuntansi, keyakinan bahwa ChatGPT mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi belajar akan mendorong niat penggunaannya. Sejumlah penelitian menemukan pengaruh ekspektasi kinerja terhadap niat menggunakan ChatGPT (Rana & Rai, 2025; Jasrai, 2025; Namatovu & Kyambade, 2025; Bhat et al., 2024; Sabraz Nawaz et al., 2024; Kparl & Iddris, 2024; Strzelecki, 2024; Grassini et al., 2024; Gupta & Priyanka, 2025). Temuan serupa muncul pada konteks *e-learning* (Gunasinghe et al., 2019; Tiwari et al., 2022). Maka:

**H1:** Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan ChatGPT.

#### Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT

Ketika seseorang percaya bahwa suatu teknologi mudah digunakan, keyakinan itu membentuk kecenderungan untuk mengadopsinya. Sebaliknya, teknologi yang dirasa rumit menurunkan kenyamanan dan minat penggunaan (Venkatesh et al., 2003). Melalui perspektif TPB, sistem yang tidak menuntut banyak usaha menumbuhkan sikap positif karena memberikan pengalaman yang lebih nyaman dan efisien (Ajzen, 1991). Rana dan Rai (2025), Namatovu dan Kyambade (2025), Bhat et al. (2024), Strzelecki (2024), serta Gupta dan Priyanka (2025) menemukan pengaruh ekspektasi usaha terhadap niat menggunakan ChatGPT. Hasil yang sejalan dilaporkan pada penggunaan *e-learning* (Gunasinghe et al., 2019; Tiwari et al., 2022) dan *e-leadership* (Gupta et al., 2023). Maka:

**H2:** Ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan ChatGPT.

#### Pengaruh Pengaruh sosial terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT

Venkatesh et al. (2003) menempatkan pengaruh sosial sebagai salah satu penentu utama niat penggunaan teknologi. Fenomena ini sejalan dengan norma subjektif dalam TPB. Tekanan normatif dari lingkungan menghadirkan dorongan bagi individu untuk mengikuti harapan kolektif, dan validasi sosial memperkuat keyakinan untuk mencoba teknologi baru (Ajzen, 1991). Menon dan Shilpa (2023) menunjukkan bahwa pengguna muda mengenal ChatGPT melalui media sosial, teman sebaya, dan dosen sebelum akhirnya mencobanya. Pengaruh sosial terhadap niat penggunaan ChatGPT juga ditemukan oleh Rana dan Rai (2025), Namatovu dan Kyambade (2025), Sabraz Nawaz et al. (2024), Kparl dan Iddris (2024), Strzelecki (2024), serta Gupta dan Priyanka (2025). Maka:

**H3:** Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan ChatGPT.

**Pengaruh Kondisi yang memfasilitasi terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT**

Kondisi yang memfasilitasi mencakup keyakinan bahwa perangkat, infrastruktur, dan bantuan teknis tersedia memadai sehingga teknologi dapat digunakan tanpa hambatan berarti (Venkatesh et al., 2012). Gagasan ini sejalan dengan kontrol perilaku persepsian dalam TPB. Ketika individu meyakini memiliki akses terhadap sumber daya, keterampilan, dan bantuan yang diperlukan, niat untuk terlibat dalam perilaku tersebut meningkat (Ajzen, 1991). Pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap niat menggunakan ChatGPT dilaporkan oleh Rana dan Rai (2025), Jasrai (2025), Bhat et al. (2024), Sabraz Nawaz et al. (2024), serta Gupta dan Priyanka (2025), dan pada *e-learning* oleh Gunasinghe et al. (2019). Maka:

**H4:** Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan ChatGPT.

**Pengaruh Motivasi hedonis terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT**

Teknologi kerap menjadi sumber kegembiraan dan kepuasan, dan dorongan emosional inilah yang disebut motivasi hedonis. Dalam UTAUT 2, aspek afektif tersebut dipandang sebagai faktor yang berperan membentuk niat penggunaan teknologi secara konsisten (Venkatesh et al., 2012). Dari sisi TPB, kenyamanan dan kemudahan interaksi memperkuat keyakinan bahwa sistem dapat digunakan dengan baik sehingga menumbuhkan ketertarikan (Ajzen, 1991). Sejumlah studi menemukan pengaruh motivasi hedonis terhadap niat menggunakan ChatGPT (Rana & Rai, 2025; Namatovu & Kyambade, 2025; Bhat et al., 2024; Sabraz Nawaz et al., 2024; Kparl & Iddris, 2024; Strzelecki, 2024) maupun teknologi AI generatif (Sergeeva et al., 2025). Maka:

**H5:** Motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan ChatGPT.

**Pengaruh Nilai harga terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT**

Nilai harga menggambarkan penilaian individu atas keseimbangan antara manfaat dan biaya. Ketika manfaat dirasakan melebihi biaya, kecenderungan untuk menggunakan teknologi meningkat (Venkatesh et al., 2012). Hal ini beririsan dengan kontrol perilaku persepsian, karena individu merasa kurang mengendalikan suatu tindakan bila biaya yang harus ditanggung dianggap terlalu besar (Ajzen, 1991). Jasrai (2025), Strzelecki (2024), serta Gupta dan Priyanka (2025) melaporkan pengaruh nilai harga terhadap niat menggunakan ChatGPT, dan Tiwari et al. (2022) melaporkan hal serupa pada teknologi pembelajaran. Maka:

**H6:** Nilai harga berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan ChatGPT.

**Pengaruh Kebiasaan terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT**

Kebiasaan adalah tindakan berulang yang dilakukan otomatis tanpa pertimbangan mendalam, sehingga menjadi indikator penting untuk memprediksi perilaku di masa depan (Venkatesh et al., 2012). Dalam TPB, pengalaman terdahulu membentuk persepsi atas kemampuan mengendalikan tindakan dan mendorong pengulangan perilaku (Ajzen, 1991). Pengaruh kebiasaan terhadap niat penggunaan ChatGPT ditemukan oleh Rana dan Rai (2025), Jasrai (2025), Bhat et al. (2024), Sabraz Nawaz et al. (2024), Strzelecki (2024), dan Grassini et al. (2024). Temuan serupa dilaporkan pada teknologi AI generatif (Sergeeva et al., 2025) dan *e-learning* (Gunasinghe et al., 2019). Maka:

**H7:** Kebiasaan berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan ChatGPT.

**Pengaruh Keinovatifan Personal terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT**

Farooq et al. (2017) menekankan keinovatifan personal sebagai dorongan internal untuk terlibat lebih awal dalam penggunaan teknologi baru. Individu dengan keinovatifan tinggi cenderung aktif mencari tahu, mencoba, dan mengintegrasikan teknologi ke dalam rutinitasnya. Sejalan dengan TPB, sikap inovatif ini juga berkaitan dengan norma subjektif, karena dipengaruhi pandangan sosial selain faktor internal (Ajzen, 1991). Rana dan Rai (2025), Sabraz Nawaz et al. (2024), Strzelecki (2024), serta Gupta dan Priyanka (2025) menemukan pengaruhnya terhadap niat menggunakan ChatGPT, dan Tiwari et al. (2022) menemukannya pada teknologi pembelajaran. Maka:

**H8:** Keinovatifan personal berpengaruh positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan ChatGPT.

**Pengaruh Niat Perilaku terhadap Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT**

Dalam UTAUT 2, perilaku aktual dalam menggunakan teknologi sangat dipengaruhi oleh niat. Semakin kuat niat, semakin besar kemungkinan perilaku itu terwujud (Venkatesh et al., 2012). TPB menempatkan niat sebagai elemen sentral dan prediktor utama tindakan, yang terbentuk dari penilaian rasional atas faktor pribadi dan sosial (Ajzen, 1991). Pengaruh niat terhadap perilaku menggunakan ChatGPT ditemukan oleh Rana dan Rai (2025), Bhat et al. (2024), Sabraz Nawaz et al. (2024), Kparl dan Iddris (2024), Strzelecki (2024), Grassini et al. (2024), serta Gupta dan Priyanka (2025), dan pada teknologi AI generatif oleh Sergeeva et al. (2025). Maka:

**H9:** Niat perilaku berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan ChatGPT.

## METODE PENELITIAN

### Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (UTAUT 3) yang dikembangkan oleh Farooq et al. (2017). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan keinovatifan personal. Adapun variabel dependennya adalah niat perilaku dan perilaku penggunaan. Seluruh variabel diukur menggunakan indikator yang diadaptasi dari penelitian terdahulu dan dinilai menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) (Farooq et al., 2017; Gunasinghe et al., 2019).

### Populasi dan Sampel

Sampel ditentukan dengan teknik *purposive sampling* (Sugiyono, 2023) berdasarkan dua kriteria. Pertama, responden merupakan mahasiswa aktif Program Studi S1 Akuntansi angkatan 2021–2025. Kedua, responden pernah menggunakan ChatGPT setidaknya satu kali dalam aktivitas pembelajaran akuntansi, baik untuk memahami materi, menyelesaikan soal, maupun mengerjakan tugas akademik lainnya.

Ukuran sampel mengacu pada Hair et al. (2022), yaitu jumlah indikator dikalikan 5 hingga 10. Penelitian ini memiliki 30 indikator sehingga jumlah minimum responden adalah 30 × 10 = 300 responden. Data yang terkumpul berjumlah 301 responden.

### Model Analisis Data

Data penelitian merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Form*s. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Analisis dilakukan melalui pengujian model

pengukuran (*outer model*) untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas instrumen, kemudian dilanjutkan dengan pengujian model struktural (*inner model*) untuk menguji hubungan antarvariabel dan hipotesis penelitian (Hair et al., 2022).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Studi Pendahuluan

*Pilot study* melibatkan 30 mahasiswa angkatan 2021. Seluruh 30 butir pernyataan memiliki koefisien korelasi di atas r-tabel 0,325 (rentang 0,573–0,898) dengan signifikansi di bawah 0,001, sehingga seluruhnya dinyatakan valid. Nilai *Cronbach's alpha* seluruh butir berada di atas 0,70 (sekitar 0,963–0,966), sehingga instrumen dinyatakan reliabel dan digunakan pada pengumpulan data utama. Uji *non-response bias* menunjukkan tidak ada perbedaan signifikan ($p > 0,05$) antara responden awal dan akhir, sehingga data dinilai representatif terhadap populasi.

### Karakteristik Responden

Pengumpulan data menghasilkan 301 responden yang telah menggunakan ChatGPT dalam kegiatan belajar akuntansi. Karakteristik responden disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

| Karakteristik | Kategori | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|---|
| Jenis kelamin | Laki-laki | 111 | 36,9% |
| | Perempuan | 190 | 63,1% |
| Angkatan | 2021 | 42 | 14,0% |
| | 2022 | 68 | 22,6% |
| | 2023 | 92 | 30,6% |
| | 2024 | 46 | 15,3% |
| | 2025 | 53 | 17,6% |
| **Total** | | **301** | **100%** |

Sumber : data primer diolah, 2025

Mayoritas responden adalah perempuan (63,1%), dan angkatan 2023 mendominasi (30,6%), diikuti angkatan 2022 (22,6%), 2025 (17,6%), 2024 (15,3%), dan 2021 (14,0%).

### Statistik Deskriptif

Skor setiap variabel merupakan jumlah tiga butir sehingga berkisar 3 sampai 15. Rentang ini dibagi menjadi kategori rendah (3–7), sedang (8–11), dan tinggi (12–15).

**Tabel 2. Statistik Deskriptif**

| Variabel | N | Min | Maks | Rata-rata | Deviasi Standar | Kategori |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Ekspektasi Kinerja (PE) | 301 | 3 | 15 | 11,859 | 2,259 | Sedang |
| Ekspektasi Usaha (EE) | 301 | 3 | 15 | 12,177 | 2,085 | Tinggi |
| Pengaruh Sosial (SI) | 301 | 3 | 15 | 12,249 | 2,037 | Tinggi |
| Kondisi yang Memfasilitasi (FC) | 301 | 3 | 15 | 12,147 | 2,037 | Tinggi |
| Motivasi Hedonis (HM) | 301 | 3 | 15 | 12,063 | 2,142 | Tinggi |
| Nilai Harga (PV) | 301 | 3 | 15 | 12,066 | 2,151 | Tinggi |
| Kebiasaan (H) | 301 | 3 | 15 | 12,099 | 2,106 | Tinggi |
| Keinovatifan Personal (PI) | 301 | 3 | 15 | 12,027 | 2,052 | Tinggi |

Sumber : data primer diolah, 2025

Rata-rata ekspektasi kinerja (11,86) berada pada kategori sedang mendekati batas tinggi. Responden menilai ChatGPT cukup membantu meningkatkan kinerja belajar mereka. Sembilan variabel lainnya berada pada kategori tinggi. Responden menilai ChatGPT mudah digunakan, didukung lingkungan sosial dan fasilitas yang memadai, menyenangkan, sepadan dengan biayanya, telah menjadi kebiasaan, dan sejalan dengan ketertarikan mereka pada teknologi baru. Niat perilaku (12,72) dan perilaku penggunaan (12,85) memiliki rata-rata tertinggi. Simpangan baku di kisaran 1,7 sampai 2,3 menunjukkan variasi jawaban yang tidak besar.

**Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)**

Seluruh 30 indikator memiliki *outer loading* di atas 0,70, dengan nilai terendah 0,816 pada BI1 dan tertinggi 0,959 pada HM2, sehingga tidak ada indikator yang perlu dieliminasi. Hasil ringkas pengujian reliabilitas dan validitas disajikan pada Tabel 3.

**Tabel 3. Evaluasi Model Pengukuran**

| Konstruk | Rentang *Outer Loading* | *Composite Reliability* | AVE | √AVE |
|---|---|---|---|---|
| Niat Perilaku (BI) | 0,816–0,887 | 0,893 | 0,735 | 0,858 |
| Ekspektasi Usaha (EE) | 0,876–0,926 | 0,932 | 0,820 | 0,905 |
| Kondisi yang Memfasilitasi (FC) | 0,898–0,926 | 0,936 | 0,830 | 0,911 |
| Kebiasaan (H) | 0,881–0,922 | 0,932 | 0,820 | 0,905 |
| Motivasi Hedonis (HM) | 0,864–0,959 | 0,929 | 0,813 | 0,902 |
| Ekspektasi Kinerja (PE) | 0,844–0,867 | 0,891 | 0,732 | 0,855 |
| Keinovatifan Personal (PI) | 0,870–0,934 | 0,932 | 0,821 | 0,906 |
| Nilai Harga (PV) | 0,874–0,935 | 0,933 | 0,823 | 0,907 |

Sumber : data primer diolah, 2025

Nilai *composite reliability* seluruh konstruk berkisar 0,891 sampai 0,936, di atas batas 0,70, sehingga instrumen dinilai konsisten dan andal. Nilai AVE seluruh konstruk berkisar 0,732 sampai 0,830, di atas 0,50, sehingga validitas konvergen terpenuhi. Validitas diskriminan terpenuhi menurut kriteria *Fornell-Larcker* karena akar AVE setiap konstruk (diagonal) lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk lain. Korelasi tertinggi antar konstruk adalah 0,690 antara BI dan UB, masih di bawah akar AVE kedua konstruk tersebut. Hasil HTMT juga memenuhi kriteria, dengan nilai tertinggi 0,839 antara BI dan UB, di bawah batas 0,90.

**Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)**

Seluruh nilai VIF indikator (*outer* VIF) berada di bawah 5, dengan nilai tertinggi 3,148 pada PI3. Nilai VIF antar konstruk (*inner* VIF) pada jalur menuju niat perilaku berkisar 1,038 sampai 1,410. Dengan demikian, tidak ditemukan indikasi multikolinearitas. Nilai $R^2$ dan $Q^2$ disajikan pada Tabel 4.

**Tabel 4. Nilai $R^2$ dan $Q^2$**

| Konstruk | $R^2$ | $R^2$ *Adjusted* | $Q^2$ |
|---|---|---|---|
| Niat Perilaku (BI) | 0,637 | 0,628 | 0,447 |
| Perilaku Penggunaan (UB) | 0,477 | 0,475 | 0,332 |

Sumber : data primer diolah, 2025

$R^2$ *adjusted* niat perilaku sebesar 0,628 berarti delapan variabel independen menjelaskan 62,8% variasi niat perilaku, tergolong moderat menuju kuat menurut klasifikasi Hair et al. (2022). Sisanya (37,2%) dijelaskan faktor lain di luar model. $R^2$

*adjusted* perilaku penggunaan sebesar 0,475 berarti niat perilaku menjelaskan 47,5% variasi perilaku penggunaan, sedangkan 52,5% sisanya dipengaruhi faktor lain. Nilai $Q^2$ kedua konstruk (0,447 dan 0,332) berada di atas nol dan tergolong sedang, sehingga model memiliki relevansi prediktif yang memadai.

**Pengujian Hipotesis**

Hasil *bootstrapping* disajikan pada Tabel 5.

**Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis**

| Hipotesis | Jalur | Koefisien (*Original Sample*) | *Standard Deviation* | T-Statistik | *P-Value* | Keputusan |
|---|---|---|---|---|---|---|
| H1 | PE → BI | 0,205 | 0,043 | 4,733 | 0,000 | Diterima |
| H2 | EE → BI | 0,212 | 0,040 | 5,264 | 0,000 | Diterima |
| H3 | SI → BI | 0,166 | 0,038 | 4,355 | 0,000 | Diterima |
| H4 | FC → BI | 0,192 | 0,042 | 4,560 | 0,000 | Diterima |
| H5 | HM → BI | 0,018 | 0,046 | 0,392 | 0,348 | Ditolak |
| H6 | PV → BI | 0,004 | 0,037 | 0,109 | 0,457 | Ditolak |
| H7 | H → BI | 0,201 | 0,043 | 4,683 | 0,000 | Diterima |
| H8 | PI → BI | 0,234 | 0,038 | 6,199 | 0,000 | Diterima |
| H9 | BI → UB | 0,690 | 0,067 | 10,257 | 0,000 | Diterima |

Sumber : data primer diolah, 2025

Tujuh hipotesis (H1, H2, H3, H4, H7, H8, dan H9) diterima karena memenuhi ketiga kriteria: koefisien positif, t-statistik di atas 1,64, dan *p-value* di bawah 0,05. Dua hipotesis (H5 dan H6) ditolak karena t-statistik di bawah 1,64 dan *p-value* di atas 0,05. Koefisien jalur terbesar adalah pengaruh niat perilaku terhadap perilaku penggunaan (0,690). Di antara penentu niat perilaku, keinovatifan personal memiliki koefisien terbesar (0,234), diikuti ekspektasi usaha (0,212), ekspektasi kinerja (0,205), kebiasaan (0,201), kondisi yang memfasilitasi (0,192), dan pengaruh sosial (0,166).

**Pengaruh ekspektasi kinerja terhadap niat perilaku (H1)**

Ekspektasi kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan ChatGPT ($\beta$ = 0,205; t = 4,733). Mahasiswa memanfaatkan ChatGPT untuk mencari penjelasan alternatif, memperdalam konsep yang belum dipahami, dan membantu menyelesaikan tugas. Pengalaman tersebut membentuk keyakinan bahwa ChatGPT meningkatkan kinerja akademik, baik dari sisi efektivitas belajar maupun efisiensi penyelesaian tugas, dan keyakinan itu mendorong niat untuk terus menggunakannya. Temuan ini sejalan dengan Jasrai (2025), Kparl dan Iddris (2024), Tiwari et al. (2022), serta Grassini et al. (2024) yang menempatkan ekspektasi kinerja sebagai faktor utama niat mengadopsi teknologi.

**Pengaruh ekspektasi usaha terhadap niat perilaku (H2)**

Ekspektasi usaha berpengaruh positif dan signifikan ($\beta$ = 0,212; t = 5,264). Mahasiswa mengajukan pertanyaan, memperoleh penjelasan konsep akuntansi, dan menyelesaikan tugas dengan lebih cepat dan mudah. Pengalaman ini membentuk persepsi bahwa ChatGPT dapat dipakai tanpa kesulitan teknis berarti, sehingga niat penggunaan meningkat. Hasil ini konsisten dengan Rana dan Rai (2025), Bhat et al. (2024), dan Sabraz Nawaz et al. (2024), yang menunjukkan bahwa teknologi yang mudah digunakan lebih mungkin diadopsi.

**Pengaruh pengaruh sosial terhadap niat perilaku (H3)**

Pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan ($\beta$ = 0,166; t = 4,355), meskipun koefisiennya paling kecil di antara penentu yang signifikan. Mahasiswa terdorong menggunakan ChatGPT karena rekomendasi, contoh penggunaan, dan dukungan dari teman sebaya, dosen, atau kelompok belajar. Lingkungan tersebut membuat penggunaan ChatGPT dianggap wajar dalam konteks akademik. Temuan ini sejalan dengan Sergeeva et

al. (2025), Sabraz Nawaz et al. (2024), dan Kparl dan Iddris (2024), serta dengan Menon dan Shilpa (2023) yang menunjukkan peran media sosial dan lingkungan akademik dalam memperkenalkan ChatGPT kepada pengguna muda.

**Pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap niat perilaku (H4)**

Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan (β = 0,192; t = 4,560). Ketersediaan laptop atau telepon pintar, akses internet yang lancar, dan kemampuan menggunakan teknologi digital memudahkan mahasiswa mengakses ChatGPT dan mendukung niat penggunaannya. Hasil ini sejalan dengan Rana dan Rai (2025), Sabraz Nawaz et al. (2024), Jasrai (2025), dan Gupta et al. (2023).

**Pengaruh motivasi hedonis terhadap niat perilaku (H5)**

Motivasi hedonis tidak berpengaruh signifikan (β = 0,018; t = 0,392; *p* = 0,348), sehingga H5 ditolak. Tabel 3 menunjukkan responden merasakan kesenangan menggunakan ChatGPT, tetapi kesenangan itu tidak menjadi dasar keputusan mereka. Mahasiswa akuntansi tampaknya menggunakan ChatGPT untuk tujuan fungsional dan akademik, yaitu memahami materi, menyelesaikan tugas, dan meningkatkan efisiensi belajar, bukan untuk hiburan. Temuan ini sejalan dengan Jasrai (2025), Tiwari et al. (2022), serta Gupta dan Priyanka (2025), yang juga tidak menemukan pengaruh signifikan motivasi hedonis pada penggunaan teknologi untuk keperluan akademik atau fungsional.

**Pengaruh nilai harga terhadap niat perilaku (H6)**

Nilai harga tidak berpengaruh signifikan (β = 0,004; t = 0,109; *p* = 0,457), sehingga H6 ditolak. Sebagian besar mahasiswa kemungkinan besar menggunakan versi gratis ChatGPT sehingga tidak merasakan beban biaya yang berarti. Pertimbangan harga pun tidak menjadi bagian dari keputusan mereka. Hal ini sejalan dengan Lim et al. (2024), yang menemukan bahwa nilai harga tidak signifikan ketika layanan dapat diakses gratis atau berbiaya minimal. Namatovu dan Kyambade (2025) bahkan mengganti konstruk nilai harga dengan nilai pembelajaran karena ChatGPT digunakan dalam versi gratis. Hasil ini berbeda dari Jasrai (2025) serta Gupta dan Priyanka (2025). Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa peran nilai harga bergantung pada konteks ekonomi dan model akses yang dihadapi pengguna.

**Pengaruh kebiasaan terhadap niat perilaku (H7)**

Kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan (β = 0,201; t = 4,683). Penggunaan rutin ChatGPT untuk mencari informasi, memperoleh penjelasan konsep akuntansi, dan membantu penyelesaian tugas membentuk pola penggunaan yang melekat. Pola ini mendorong mahasiswa mempertahankan penggunaannya. Temuan ini konsisten dengan Strzelecki (2024), Bhat et al. (2024), Rana dan Rai (2025), dan Grassini et al. (2024). Hasilnya berbeda dari Habibi et al. (2024) yang tidak menemukan pengaruh kebiasaan pada mahasiswa di lima universitas Indonesia.

**Pengaruh keinovatifan personal terhadap niat perilaku (H8)**

Keinovatifan personal berpengaruh positif dan signifikan, dan koefisiennya (β = 0,234; t = 6,199) merupakan yang terbesar di antara seluruh penentu niat. Mahasiswa yang lebih terbuka terhadap teknologi baru cenderung proaktif mengeksplorasi fitur ChatGPT, seperti penjelasan materi, bantuan tugas, dan penyediaan informasi cepat. Temuan ini sejalan dengan Tiwari et al. (2022), Gupta dan Priyanka (2025), dan Sabraz Nawaz et al. (2024), serta mendukung Farooq et al. (2017) yang memandang keinovatifan personal sebagai faktor penting dalam penerimaan teknologi. Hasil ini juga menegaskan nilai tambah UTAUT 3 dibandingkan UTAUT 2 dalam konteks adopsi AI. Karakteristik individu tampak lebih menentukan daripada faktor situasional seperti fasilitas dan dorongan sosial.

**Pengaruh niat perilaku terhadap perilaku penggunaan (H9)**

Niat perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan ChatGPT (β = 0,690; t = 10,257). Ini adalah hubungan terkuat dalam model. Niat yang

kuat tidak hanya mendorong mahasiswa mulai menggunakan ChatGPT, tetapi juga meningkatkan kemungkinan penggunaan berkelanjutan dalam kegiatan belajar. Hasil ini konsisten dengan Bhat et al. (2024), Rana dan Rai (2025), Strzelecki (2024), dan Grassini et al. (2024), serta mendukung TPB dan UTAUT yang menempatkan niat sebagai prediktor utama perilaku (Ajzen, 1991; Venkatesh et al., 2012).

Secara keseluruhan, pola hasil menunjukkan bahwa adopsi ChatGPT pada mahasiswa akuntansi didorong oleh pertimbangan fungsional (ekspektasi kinerja dan usaha), kesiapan dan dukungan lingkungan (kondisi yang memfasilitasi dan pengaruh sosial), serta karakteristik dan kebiasaan pengguna (keinovatifan personal dan kebiasaan). Faktor kesenangan dan biaya tidak menentukan. Model menjelaskan 62,8% variasi niat perilaku dan 47,5% variasi perilaku penggunaan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menguji faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku mahasiswa akuntansi Universitas Diponegoro dalam menggunakan ChatGPT pada pembelajaran akuntansi berdasarkan UTAUT 3, dengan 301 responden dan PLS-SEM. Hasilnya menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, dan keinovatifan personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku. Motivasi hedonis dan nilai harga tidak berpengaruh signifikan. Niat perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan ChatGPT. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa mengadopsi ChatGPT terutama karena manfaat fungsional, kemudahan penggunaan, dukungan lingkungan dan fasilitas**,** kebiasaan, serta keterbukaan terhadap teknologi baru, bukan karena kesenangan atau pertimbangan biaya.

Hasil ini berimplikasi secara teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini menguatkan relevansi UTAUT 3 dalam menjelaskan adopsi ChatGPT di pendidikan tinggi akuntansi di Indonesia dan menunjukkan bahwa keinovatifan personal merupakan penentu niat yang paling kuat. Secara praktis, perguruan tinggi dan program studi akuntansi dapat menyediakan akses dan infrastruktur yang memadai, memberikan panduan penggunaan yang mudah dipahami, dan mendorong dosen serta komunitas belajar mencontohkan pemanfaatan ChatGPT secara bijak dan bertanggung jawab. Strategi yang menonjolkan manfaat pembelajaran dan efisiensi akan lebih relevan daripada strategi yang bertumpu pada unsur hiburan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan. Pertama, sebagian responden mengisi kuesioner setelah tenggat waktu yang ditentukan, kemungkinan karena kendala selama pengisian survei. Kedua, penelitian ini hanya berfokus pada variabel dalam UTAUT 3, sehingga variabel lain seperti kepercayaan terhadap teknologi, persepsi risiko, dan literasi kecerdasan buatan belum diperhitungkan. Ketiga, sampel terbatas pada mahasiswa akuntansi satu perguruan tinggi negeri dan dipilih dengan *purposive sampling*, sehingga generalisasi ke populasi lain perlu berhati-hati. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas model dengan variabel-variabel tersebut agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang penerimaan teknologi AI di bidang pendidikan. Penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan sampel lintas perguruan tinggi serta membandingkan pengguna versi gratis dan berbayar untuk menelaah kembali peran nilai harga.

## REFERENSI


Adeshola, I., & Adepoju, A. P. (2023). The opportunities and challenges of ChatGPT in education. *Interactive Learning Environments*. https://doi.org/10.1080/10494820.2023.2253858

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Annur, C. M. (2023, June 26). *Survei: ChatGPT jadi aplikasi AI paling banyak digunakan di Indonesia*. Databoks Katadata. https://databoks.katadata.co.id/infografik/2023/06/26/survei-chatgpt-jadi-aplikasi-ai-paling-banyak-digunakan-di-indonesia

Backlinko. (2025). *Most popular AI apps*. https://backlinko.com/most-popular-ai-apps

Ballantine, J., Boyce, G., & Stoner, G. (2024). A critical review of AI in accounting education: Threat and opportunity. *Critical Perspectives on Accounting, 99*. https://doi.org/10.1016/j.cpa.2024.102711

Bhat, M. A., Tiwari, C. K., Bhaskar, P., & Khan, S. T. (2024). Examining ChatGPT adoption among educators in higher educational institutions using extended UTAUT model. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*. https://doi.org/10.1108/JICES-03-2024-0033

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

Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., Kar, A. K., … Wright, R. (2023). "So what if ChatGPT wrote it?" Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management, 71*. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642

Farooq, M. S., Salam, M., Jaafar, N., Fayolle, A., Ayupp, K., Radovic-Markovic, M., & Sajid, A. (2017). Acceptance and use of lecture capture system (LCS) in executive business studies: Extending UTAUT2. *Interactive Technology and Smart Education, 14*(4), 329–348. https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2016-0015

Farrokhnia, M., Banihashem, S. K., Noroozi, O., & Wals, A. (2024). A SWOT analysis of ChatGPT: Implications for educational practice and research. *Innovations in Education and Teaching International, 61*(3), 460–474. https://doi.org/10.1080/14703297.2023.2195846

Ghozali, I. (2023). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*.

Grassini, S., Aasen, M. L., & Møgelvang, A. (2024). Understanding university students' acceptance of ChatGPT: Insights from the UTAUT2 model. *Applied Artificial Intelligence, 38*(1). https://doi.org/10.1080/08839514.2024.2371168

Gunasinghe, A., Hamid, J. A., Khatibi, A., & Azam, S. M. F. (2019). The adequacy of UTAUT-3 in interpreting academician's adoption to e-Learning in higher education environments. *Interactive Technology and Smart Education, 17*(1), 86–106. https://doi.org/10.1108/ITSE-05-2019-0020

Gupta, S., Mathur, N., & Narang, D. (2023). E-leadership and virtual communication adoption by educators: An UTAUT3 model perspective. *Global Knowledge,*

*Memory and Communication, 72*(8–9), 902–919. https://doi.org/10.1108/GKMC-01-2022-0001

Gupta, S., & Priyanka, P. (2025). Navigating the path to ChatGPT adoption among Indian students: Unveiling the integration of UTAUT3 and TTF model. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*. https://doi.org/10.1108/VJIKMS-02-2024-0052

Habibi, A., Mukminin, A., Octavia, A., Wahyuni, S., Danibao, B. K., & Wibowo, Y. G. (2024). ChatGPT acceptance and use through UTAUT and TPB: A big survey in five Indonesian universities. *Social Sciences and Humanities Open, 10*. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101136

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage.

Jasrai, L. (2025). Extending UTAUT model to examine the usages of ChatGPT among Indian students in higher education: A structural equation modelling approach. *The TQM Journal*. https://doi.org/10.1108/TQM-12-2024-0498

Kasneci, E., Sessler, K., Küchemann, S., Bannert, M., Dementieva, D., Fischer, F., … Kasneci, G. (2023). ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education. *Learning and Individual Differences, 103*. https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274

Kparl, E. M., & Iddris, F. (2024). Factors influencing the adoption of ChatGPT for innovation generation: A moderated analysis of innovation capability and gender using UTAUT2 framework. *Global Scientific and Academic Research Journal of Economics, Business and Management*.

Kuleto, V., Ilić, M., Dumangiu, M., Ranković, M., Martins, O. M. D., Păun, D., & Mihoreanu, L. (2021). Exploring opportunities and challenges of artificial intelligence and machine learning in higher education institutions. *Sustainability, 13*(18). https://doi.org/10.3390/su131810424

Lim, A., Goi, C. L., Dell, P., & Goi, M. T. (2024). Generation Y's behavioural usage of small businesses' retail websites: Gender difference. *Journal of Science and Technology Policy Management, 15*(6), 1202–1222. https://doi.org/10.1108/JSTPM-10-2022-0170

Maruszewska, E. W., Ziemba, E. W., Grabara, D., & Renik, K. (2024). The determinants of ChatGPT usage among accounting students: The role of habit, social influence, and facilitating conditions. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości, 48*(3), 215–232. https://doi.org/10.5604/01.3001.0054.7264

Menon, D., & Shilpa, K. (2023). "Chatting with ChatGPT": Analyzing the factors influencing users' intention to use the Open AI's ChatGPT using the UTAUT model. *Heliyon, 9*(11). https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20962

Namatovu, A., & Kyambade, M. (2025). Leveraging AI in academia: University students' adoption of ChatGPT for writing coursework (take home) assignments through the lens of UTAUT2. *Cogent Education, 12*(1). https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2485522

Odonkor, B., Kaggwa, S., Uwaoma, P. U., Hassan, A. O., & Farayola, O. A. (2024). The impact of AI on accounting practices: A review. *World Journal of Advanced*

*Research and Reviews, 21*(1), 172–188. https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.21.1.2721

Perneger, T. V., Courvoisier, D. S., Hudelson, P. M., & Gayet-Ageron, A. (2015). Sample size for pre-tests of questionnaires. *Quality of Life Research, 24*(1), 147–151. https://doi.org/10.1007/s11136-014-0752-2

Rana, S., & Rai, P. (2025). Exploring student adoption of ChatGPT: An extended UTAUT2 framework analysis using structural equation modeling. *Journal of Applied Research in Higher Education*. https://doi.org/10.1108/JARHE-09-2024-0519

Sabraz Nawaz, S., Fathima Sanjeetha, M. B., Al Murshidi, G., Mohamed Riyath, M. I., Mat Yamin, F. B., & Mohamed, R. (2024). Acceptance of ChatGPT by undergraduates in Sri Lanka: A hybrid approach of SEM-ANN. *Interactive Technology and Smart Education*. https://doi.org/10.1108/ITSE-11-2023-0227

Saha, P., Hossain, M. S., Roy, N. C., Masud, A. A., & Amin, R. (2025). Unlocking the power of AI in education: Students' intentions and AI tool use driving learning success in an emerging economy. *On the Horizon*. https://doi.org/10.1108/OTH-10-2024-0066

Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill building approach*. Wiley.

Sergeeva, O. V., Zheltukhina, M. R., Shoustikova, T., Tukhvatullina, L. R., Dobrokhotov, D. A., & Kondrashev, S. V. (2025). Understanding higher education students' adoption of generative AI technologies: An empirical investigation using UTAUT2. *Contemporary Educational Technology, 17*(2). https://doi.org/10.30935/cedtech/16039

Setyorini, A., & Meiranto, W. (2021). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan Sistem Informasi Manajemen Daerah (SIMDA) dengan menggunakan model UTAUT 2 (Studi empiris pada pengguna SIMDA di Kota Salatiga). *Diponegoro Journal of Accounting, 10*(1), 1–15. http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting

Strzelecki, A. (2024). Students' acceptance of ChatGPT in higher education: An extended unified theory of acceptance and use of technology. *Innovative Higher Education, 49*(2), 223–245. https://doi.org/10.1007/s10755-023-09686-1

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tiwari, M., Gupta, Y., Khan, F. M., & Adlakha, A. (2022). UTAUT3 model viability among teachers due to technological dynamism during COVID-19. *Information Discovery and Delivery, 50*(3), 245–259. https://doi.org/10.1108/IDD-02-2021-0018

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly, 27*(3), 425–478. https://doi.org/10.2307/30036540

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly, 36*(1), 157–178. https://doi.org/10.2307/41410412