

***MODELING THE DETERMINANTS OF UNIVERSITY STUDENTS'S
CONTINUANCE INTENTION TO USE GENERATIVE ARTIFICIAL
INTELLIGENCE: A MODIFIED UTAUT 2***

**PEMODELAN DETERMINAN NIAT KEBERLANJUTAN MAHASISWA
UNIVERSITAS UNTUK MENGGUNAKAN KECERDASAN BUATAN
GENERATIF: UTAUT 2 YANG DIMODIFIKASI**

Fadhilah Idris¹, Vera Pujani², Yulia Hendri Yeni³

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas^{2,3}

Email: fdhlhdrs@gmail.com¹, verapujani@eb.unand.ac.id²,
yuliahendriyeni@eb.unand.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to explore continuance intention of using generative artificial intelligence by using the modified United Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 2 approach. The research uses a quantitative approach using 279 respondents who are university students in Padang City who use generative artificial intelligence. Data was collected by distributing questionnaires online and offline on a Likert scale of 1-5. Data analysis uses the help of the SmartPLS4 application. The results show that performance expectancy and effort expectancy have a positive and significant effect on satisfaction. Performance expectancy, effort expectancy, and hedonic motivation have a negative and insignificant effect on continuance intention. Social influence, habit, satisfaction have a positive and significant effect on continuance intention. Lastly, facilitating conditions have a positive and insignificant effect on continuance intention.

Keywords: *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Habit, Satisfaction, and Continuance Intention.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi *continuance intention* penggunaan *generative artificial intelligence* dengan menggunakan pendekatan modifikasi *United Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) 2. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan 279 responden yang merupakan mahasiswa di Kota Padang yang menggunakan *generative artificial intelligence*. Data dikumpulkan dengan melakukan penyebaran kuesioner secara *online* dan *offline* yang berskala likert 1-5. Analisis data menggunakan bantuan aplikasi SmartPLS4. Hasilnya menunjukkan bahwa *performance expectancy* dan *effort expectancy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *satisfaction*. *Performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *hedonic motivation* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap *continuance intention*. *Social influence*, *habit*, *satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Terakhir, *facilitating conditions* berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap *continuance intention*.

Kata Kunci: *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Habit, Satisfaction, dan Continuance Intention.*

PENDAHULUAN

Artificial intelligence adalah salah satu inovasi terkini yang hadir dalam kehidupan manusia melalui penerapannya secara terus menerus dalam berbagai aktivitas. Secara umum, *artificial intelligence* merupakan cabang

dari ilmu komputer dengan tujuan untuk menciptakan mesin cerdas yang mampu mensimulasikan fungsi kognitif manusia, mulai dari belajar, memecahkan masalah, membuat persepsi, dan mengambil keputusan (Armenia et al., 2024). *Artificial intelligence* mencakup berbagai teknik seperti *machine learning*,

deep learning, natural language processing, computer vision, robotics, dan expert system. secara umum, contoh *artificial intelligence* yang tanpa disadari sering digunakan seperti *google, marketplace, mobile banking, dan lainnya.* Penggunaan dan pemanfaatan teknologi *artificial intelligence* sedang menjadi topik hangat di kalangan masyarakat. Perlahan *artificial intelligence* telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. *Artificial intelligence* dinilai dapat memudahkan pekerjaan masyarakat dalam mencari atau memahami sesuatu sehingga menjadikannya lebih efisien. *Artificial intelligence* sejalan dengan lajunya peristiwa dan perkembangan teknologi yang memungkinkan masyarakat untuk terus mengikuti tren ini (Kadhim, 2024).

Penggunaan *artificial intelligence* telah bergeser ke dalam sektor pendidikan (Yunus et al., 2024). Munculnya *artificial intelligence* ini terutama terjadi karena kemajuan pada bidang teknologi sehingga menyiratkan bahwa teknologi bisa digunakan untuk meningkatkan pembelajaran dan penelitian (Alzahrani, 2023). *Artificial intelligence* ini bisa membantu mahasiswa dalam mengakses sumber pembelajaran dengan lebih cepat dan efisien.

Perguruan tinggi di Kota Padang juga tidak luput dalam menyinggung kemajuan *artificial intelligence*. Kota Padang sebagai kota yang memiliki paling banyak perguruan tinggi di Sumatera Barat. Terdapat 60 perguruan tinggi baik negeri ataupun swasta berada di Kota Padang (Dhoni, 2022). Hal ini didukung oleh seminar nasional yang dilaksanakan pada salah satu perguruan tinggi di Kota Padang yang membahas terkait dengan pemanfaatan *artificial intelligence* di lembaga pendidikan. Narasumbernya mengatakan bahwa terdapat dampak terhadap penggunaan *artificial intelligence* di bidang pendidikan. Dampak positifnya, pengguna *artificial intelligence* dapat

dengan mudah memperoleh pengetahuan dan informasi kapan saja. Namun, dampak negatifnya pengguna *artificial intelligence* bisa menjadi ketergantungan terhadap layanan tersebut sehingga kegiatan pembelajaran hanya sekadar formalitas (Jurnalissubar, 2024).

Generative artificial intelligence adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan jenis dari model *artificial intelligence* yaitu *machine learning, Generative artificial intelligence* menghasilkan *output* baru seperti teks, gambar, video, musik, atau jenis media lainnya (Ivanov et al., 2024). Sejak munculnya salah satu *generative artificial intelligence* berupa teks pada November 2022, menjadikan layanan *artificial intelligence* ini marak di kalangan pendidikan. *Generative artificial intelligence* ini mampu menghasilkan teks yang mirip dengan bahasa manusia dan bisa digunakan untuk membantu pengerjaan esai, naskah presentasi, dan tugas (Lai et al., 2024). Salah satu aplikasi *generative artificial intelligence* adalah *chatbot*. DeepMind, OpenAI, Google, dan Meta adalah beberapa dari sekian banyak bisnis yang telah mengembangkan *chatbot* (Gupta et al., 2024).

Namun, dibalik *generative artificial intelligence* yang bisa membantu mahasiswa ini memunculkan kontroversi serta risiko etika di dalam dunia pendidikan. UNESCO (2023) dalam bukunya yang berjudul *Guidance for Generative AI in Education and Research* merilis beberapa kontroversi tersebut diantaranya kemiskinan digital, permasalahan etika dalam pelatihan model, penggunaan konten tanpa izin, ketidakjelasan model, dan potensi ancaman *deepfake* yang semakin canggih (Kompas, 2024). Selain itu, penggunaannya akan membuat mahasiswa menjadi ketergantungan dengan teknologi tersebut (Pamungkas, 2024) sehingga menggantikan kebutuhan mahasiswa yang seharusnya terlibat dalam pemikiran yang kritis dan penulisan karya original (Lai et al., 2024). Dalam arti lain, mahasiswa sepenuhnya akan menggunakan informasi

yang disediakan oleh *generative artificial intelligence* tanpa adanya pemaknaan ulang, perubahan dan improvisasi. Tindakan ini akan menimbulkan masalah yang menyangkut etika dan kualitas pendidikan (Ivana & Soeherman, 2024).

Penggunaan *generative artificial intelligence* tidak dapat dihindari sehingga perlunya pemahaman yang lebih baik tentang alasan penggunaannya pada kalangan mahasiswa di Kota Padang. Penelitian ini difokuskan pada pengadopsian *generative artificial intelligence* dalam perkuliahan. Untuk tujuan penelitian ini, model *United Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) sebagai salah satu dari beberapa model penerimaan teknologi yang digunakan pada penelitian ini. UTAUT dikembangkan oleh Venkatesh beserta rekannya pada tahun 2003. Model ini adalah hasil dari penyatuan berbagai teori penerimaan teknologi yang telah ada sebelumnya, seperti *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavioral* (TPB), *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT). UTAUT menyatukan elemen-elemen kunci dari teori-teori tersebut untuk memberikan kerangka kerja yang komprehensif dalam memahami perilaku pengguna. *Performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* (Venkatesh et al., 2003), *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* (Venkatesh et al., 2012) dibentuk pada model ini.

Model *United Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) awalnya digunakan pada konteks organisasi. Seiring berjalannya penelitian, UTAUT telah digunakan direlevankan pada konteks non-organisasi, antara lain konteks *cashless payment* oleh Iqbal et al. (2023), Jayarathne et al. (2022), dan Reza et al.

(2024), konteks industri jasa oleh Balakrishnan et al. (2022), pertanian oleh Sharma et al. (2024), dan bahkan pada konteks pengguna *artificial intelligence* seperti yang dilakukan oleh Elshaer et al. (2024), Gao, (2023), dan Lai et al. (2024). Hasil penelitian sebelumnya telah menggunakan model UTAUT dan UTAUT 2 untuk melihat faktor apa saja yang memengaruhi perilaku seseorang untuk menggunakan teknologi dalam hal ini *generative artificial intelligence*.

Generative artificial intelligence telah digunakan oleh mahasiswa di Kota Padang. Artinya, telah terjadi pengadopsian terhadap teknologi tersebut, sehingga konstruk asli *behavioral intention* pada model UTAUT tidak tepat untuk digunakan. Maka dari itu, penelitian ini lebih tepatnya menggunakan *continuance intention* yaitu keinginan pengguna untuk terus menggunakan teknologi tersebut (Patil & Undale, 2023). Namun, *continuity of usage* atau *user' intention to continue generative artificial intelligence* dalam konteks pendidikan, masih merupakan area yang relatif belum dieksplorasi (Duong, 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Balakrishnan et al. (2022) Gao (2023), Li & Zhao (2021), dan Reza et al. (2024) menemukan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* memberikan pengaruh yang berbeda-beda terhadap *continuance intention*. *Performance expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *continuance intention* pada penelitian Balakrishnan et al. (2022), Gao (2023), dan Li & Zhao (2021), namun tidak signifikan pada penelitian Reza et al. (2024). *Effort expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *continuance intention* pada penelitian Balakrishnan et al. (2022), Reza et al. (2024), dan Wan et al., 2020), namun tidak signifikan pada penelitian Gao (2023) dan Yu et al. (2024). *Social influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *continuance intention* pada penelitian Li & Zhao (2021) dan Yu et al. (2024), namun tidak signifikan pada

penelitian Balakrishnan et al. (2022) dan Gao (2023). *Facilitating conditions* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *continuance intention* pada penelitian Balakrishnan et al. (2022), Gao (2023), Li & Zhao (2021), dan Reza et al. (2024), namun tidak berpengaruh pada penelitian Wan et al. (2020). *Hedonic motivation* dan *habit* juga menjadi prediktor yang signifikan dalam memengaruhi *continuance intention* (Gao, 2023).

Selain itu, *satisfaction* merupakan faktor yang bisa dipengaruhi oleh *performance expectancy* dan *effort expectancy* serta juga memengaruhi *continuance intention* (Reza et al. (2024), Wan et al. (2020), dan Yu et al. (2024). *Satisfaction* merupakan perasaan keseluruhan pengguna saat menggunakan suatu sistem atau layanan (Wan et al., 2020). Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Faktor yang Memengaruhi *Continuance Intention* Penggunaan *Generative Artificial Intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang dengan Pendekatan *United Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) 2”.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini didesain dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian berbentuk *survey*, yang mana informasi dikumpulkan dari atau tentang orang yang berguna untuk membandingkan ataupun menjelaskan pengetahuan, sikap, atau perilaku mereka. Berdasarkan *time horizon*, penelitian akan dilakukan secara *one shot* atau *cross-sectional studies*. *Cross-sectional studies* merupakan pengumpulan data penelitian yang dilakukan sekali saja (misalnya, dalam beberapa hari, minggu, atau bulan) untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sekaran & Bougie, 2016).

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Populasi mengacu kepada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diselidiki oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di Kota Padang.

Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi (Sekaran & Bougie, 2016). Teknik *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini. Tujuan penggunaan teknik ini agar populasi yang telah ditentukan sebelumnya tidak diberi kesempatan yang sama sehingga penelitian ini benar-benar berjalan tepat sasaran. Berkaitan dengan sampel penelitian terdapat dua langkah yang dilakukan pada tahap ini dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Desain Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan jenis pengambilan sampel dengan memberikan kriteria-kriteria tertentu (Sekaran & Bougie, 2016). Peneliti menggunakan sampel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif S1 pada perguruan tinggi di Kota Padang
2. Mahasiswa yang menggunakan *Generative Artificial Intelligence* berbentuk teks seperti ChatGPT/Gemini AI/Perplexity AI, atau lainnya dalam perkuliahan pada dua bulan terakhir

b. Ukuran Sampel

Langkah selanjutnya adalah menghitung jumlah atau ukuran sampel penelitian. Mengingat jumlah sampel yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya (*unknown samples*), maka dari itu ukuran sampel yang digunakan mengacu kepada pendapat Hair et al. (2017) yaitu jumlah sampel yang baik adalah lima sampai 10 kali lebih besar dari indikator atau item pernyataan yang digunakan untuk mengukur satu

variabel. Sederhananya, pernyataan tersebut menggunakan rumus di bawah ini.

$$\text{Jumlah Sampel} = 10 \times \text{Jumlah Indikator}$$

Penelitian ini memiliki 30 item atau indikator pertanyaan. Peneliti memilih untuk menggunakan ukuran 10 kali lebih besar dari jumlah indikator. Berdasarkan paparan di atas, maka penelitian ini akan menggunakan 30 dikali 10 yaitu sebanyak 300 sampel yang sesuai dengan kriteria.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Penelitian

Data penelitian berupa jawaban

kuesioner yang disebarakan secara *online* dengan *google form* dan *offline* dengan *barcode* dan *kuesioner fisik*. Kuesioner disebarakan pada tanggal 21 September 2024 sampai dengan 30 September 2024. Kuesioner disebarakan secara *online* melalui media sosial yaitu Instagram dan WhatsApp dan secara *offline* di *public space* seperti *Youth Centre Bagindo Azis Chan* dan *Wifi.id Telkom, coffee shop*, dan lingkungan kampus.

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif S1 pada perguruan tinggi di Kota Padang yang menggunakan *generative artificial intelligence* berbentuk teks dalam perkuliahan pada dua bulan terakhir. Jumlah *kuesioner* yang disebarakan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Data Distribusi Kuesioner

No.	Kuesioner	Jumlah	Persentase
1	Kuesioner yang disebarakan	300	100%
2	Kuesioner yang diproses	279	93%
3	Kuesioner yang tidak diproses	21	7%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 1, total *kuesioner* yang disebarakan sebanyak 300 dengan rincian 279 *kuesioner* yang bisa diproses dan 21 *kuesioner* tidak diproses. *Kuesioner* yang tidak diproses dikarenakan tidak memenuhi kriteria responden penelitian. *Kuesioner* yang memenuhi kriteria, selanjutnya dilakukan pengolahan data dengan *tool SmartPLS4*.

Pengujian Data

Uji Model Pengukuran (Outer Model)

Penganalisisan *outer model* dalam PLS ini bertujuan untuk mendefinisikan hubungan setiap indikator penelitian terhadap variabel latennya. Pengukuran

outer model terdiri atas uji validitas dan uji reliabilitas sebagai berikut:

Uji Validitas

Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen digunakan untuk mengetahui hubungan antar indikator dengan variabelnya yang seharusnya memiliki korelasi tinggi. Pengujian validitas konvergen ini mengacu kepada nilai *outer loading* dan juga nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. Validitas konvergen ini akan dinilai baik jika nilai *outer loading* > 0,7 dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* > 0,5. *Output* untuk nilai *outer loading* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. *Outer Loading*

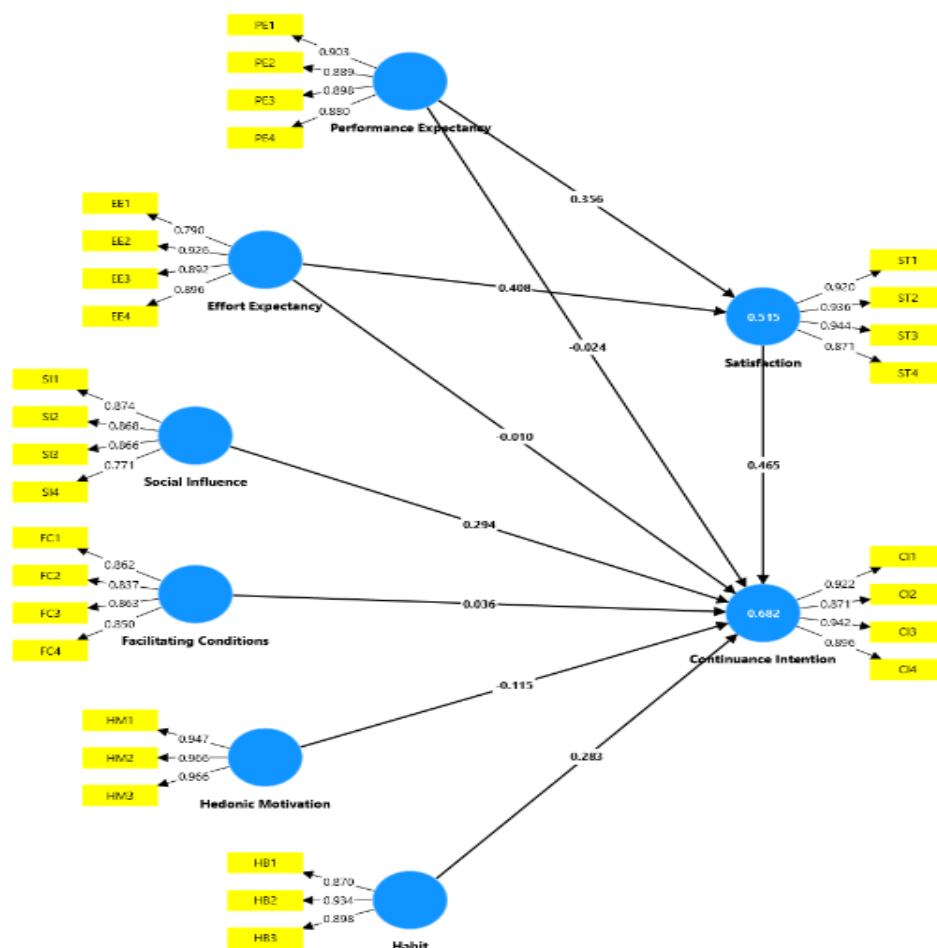
	<i>Continuance Intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Conditions</i>	<i>Habit</i>	<i>Hedonic Motivation</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Satisfaction</i>	<i>Social Influence</i>
CI1	0,922							
CI2	0,871							
CI3	0,942							
CI4	0,896							

EE1		0,790						
EE2		0,926						
EE3		0,892						
EE4		0,896						
FC1			0,862					
FC2			0,837					
FC3			0,863					
FC4			0,850					
HB1				0,870				
HB2				0,934				
HB3				0,898				
HM1					0,947			
HM2					0,966			
HM3					0,966			
PE1						0,903		
PE2						0,889		
PE3						0,898		
PE4						0,880		
SI1								0,874
SI2								0,868
SI3								0,866
SI4								0,771
ST1							0,920	
ST2							0,936	
ST3							0,944	
ST4							0,871	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Tabel 2 menunjukkan nilai *outer loading* pada penelitian ini. Penelitian ini terdiri atas 30 indikator dari delapan variabel. Hasilnya menunjukkan bahwa

semua indikator telah memenuhi syarat dengan *outer loading* > 0,70. Gambar di bawah menunjukkan model struktural penelitian:



Gambar 1. Output Outer Loading

Selanjutnya, validitas konvergen juga melihat nilai *Average Variance*

Extracted (AVE). Pada penelitian ini nilai AVE masing-masing variabel bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. *Average Variance Extracted*

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Continuance Intention</i>	0,825
<i>Effort Expectancy</i>	0,770
<i>Facilitating Conditions</i>	0,727
<i>Habit</i>	0,811
<i>Hedonic Motivation</i>	0,921
<i>Performance Expectancy</i>	0,797
<i>Satisfaction</i>	0,843
<i>Social Influence</i>	0,716

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai AVE pada masing-masing variabel memiliki nilai yang besar dari 0,5, sehingga penelitian ini sudah memenuhi dua syarat validitas konvergen. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian

sudah mencapai validitas konvergen yang baik.

Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan digunakan untuk mengetahui hubungan antar

indikator dengan variabel lain yang seharusnya tidak memiliki korelasi tinggi. Pengujian validitas diskriminan ini mengacu kepada nilai *cross loading*, Fornell-Larcker Criterion, dan *Heterotrait-monotrait Ratio* (HTMT). Nilai *cross loading* harus lebih dari 0,7 serta nilai *cross loading* indikator terhadap variabelnya sendiri harus lebih

besar dibandingkan terhadap variabel lainnya. Nilai Fornell-Larcker Criterion pada setiap variabel harus memiliki korelasi yang lebih besar dibandingkan korelasi dengan variabel lainnya. Lalu, nilai *Heterotrait-monotrait Ratio* (HTMT) harus lebih kecil dari 0,9. Syarat pertama pada validitas diskriminan yaitu *cross loading* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. *Cross Loading*

	<i>Continu- ance Intention</i>	<i>Effort Expec- tancy</i>	<i>Facili- tating Conditions</i>	<i>Habit</i>	<i>Hedonic Motiva- tion</i>	<i>Perfor- mance Expectancy</i>	<i>Satis- faction</i>	<i>Social Influ- ence</i>
CI1	0,922	0,514	0,531	0,680	0,552	0,507	0,707	0,691
CI2	0,871	0,424	0,491	0,577	0,498	0,481	0,635	0,563
CI3	0,942	0,420	0,429	0,703	0,484	0,445	0,655	0,662
CI4	0,896	0,405	0,427	0,594	0,470	0,418	0,646	0,625
EE1	0,292	0,790	0,699	0,278	0,589	0,591	0,513	0,243
EE2	0,467	0,926	0,702	0,447	0,722	0,734	0,628	0,400
EE3	0,501	0,892	0,617	0,490	0,667	0,686	0,637	0,463
EE4	0,418	0,896	0,657	0,368	0,676	0,653	0,595	0,412
FC1	0,434	0,639	0,862	0,416	0,584	0,571	0,595	0,418
FC2	0,408	0,680	0,837	0,360	0,590	0,502	0,523	0,380
FC3	0,426	0,616	0,863	0,367	0,637	0,566	0,554	0,349
FC4	0,488	0,645	0,850	0,498	0,620	0,624	0,592	0,473
HB1	0,573	0,498	0,540	0,870	0,556	0,549	0,595	0,556
HB2	0,659	0,421	0,456	0,934	0,524	0,513	0,606	0,591
HB3	0,667	0,336	0,331	0,898	0,414	0,386	0,517	0,605
HM1	0,512	0,725	0,678	0,551	0,947	0,692	0,756	0,446
HM2	0,532	0,729	0,671	0,507	0,966	0,687	0,767	0,459
HM3	0,545	0,729	0,704	0,524	0,966	0,699	0,786	0,453
PE1	0,468	0,727	0,630	0,491	0,662	0,903	0,629	0,465
PE2	0,449	0,628	0,546	0,468	0,603	0,889	0,545	0,418
PE3	0,462	0,722	0,610	0,471	0,684	0,898	0,628	0,417
PE4	0,439	0,637	0,589	0,468	0,624	0,880	0,573	0,405
SI1	0,577	0,370	0,393	0,518	0,379	0,398	0,482	0,874
SI2	0,674	0,500	0,490	0,593	0,485	0,519	0,603	0,868
SI3	0,606	0,386	0,419	0,571	0,452	0,419	0,544	0,866
SI4	0,499	0,196	0,290	0,509	0,248	0,246	0,357	0,771
ST1	0,591	0,673	0,669	0,532	0,772	0,638	0,920	0,469
ST2	0,638	0,602	0,610	0,588	0,738	0,605	0,936	0,528
ST3	0,651	0,643	0,617	0,554	0,772	0,613	0,944	0,542
ST4	0,780	0,577	0,551	0,647	0,666	0,592	0,871	0,640

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwasannya nilai *cross loading* hubungan antar item pernyataan yang besar dari 0,7. Kemudian diketahui nilai *cross loading* pada hubungan antar dengan itemnya sendiri item (angka

bercetak tebal) lebih besar dibandingkan nilai *cross loading* hubungan antar item dengan item lainnya (angka yang sejajar dengan angka bercetak tebal). Jadi, dapat disimpulkan penelitian ini telah memenuhi syarat pertama dari validitas diskriminan.

Selanjutnya, nilai Fornell-Larcker Criterion dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Fornell-Larcker Criterion

	<i>Continuance Intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Conditions</i>	<i>Habit</i>	<i>Hedonic Motivation</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Satisfaction</i>	<i>Social Influence</i>
<i>Continuance Intention</i>	0,908							
<i>Effort Expectancy</i>	0,487	0,878						
<i>Facilitating Conditions</i>	0,517	0,756	0,853					
<i>Habit</i>	0,705	0,459	0,485	0,901				
<i>Hedonic Motivation</i>	0,552	0,758	0,713	0,549	0,960			
<i>Performance Expectancy</i>	0,510	0,762	0,666	0,531	0,722	0,893		
<i>Satisfaction</i>	0,728	0,679	0,666	0,634	0,802	0,667	0,918	
<i>Social Influence</i>	0,702	0,441	0,478	0,650	0,472	0,478	0,596	0,846

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Tabel 4 menunjukkan nilai Fornell-Larcker Criterion atau akar kuadrat AVE pada korelasi antar variabelnya sendiri (angka bercetak tebal) lebih besar daripada korelasi variabel dengan variabel lainnya (angka yang berada di bawah dan di samping

angka bercetak tebal) sehingga sudah memenuhi syarat kedua validitas diskriminan. Syarat terakhir pada validitas diskriminan adalah melihat nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) yang ada pada tabel berikut:

Tabel 5. *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT)

	<i>Continuance Intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Conditions</i>	<i>Habit</i>	<i>Hedonic Motivation</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Satisfaction</i>	<i>Social Influence</i>
<i>Continuance Intention</i>								
<i>Effort Expectancy</i>	0,522							
<i>Facilitating Conditions</i>	0,571	0,859						
<i>Habit</i>	0,773	0,512	0,553					
<i>Hedonic Motivation</i>	0,585	0,815	0,778	0,602				
<i>Performance Expectancy</i>	0,552	0,835	0,739	0,596	0,770			
<i>Satisfaction</i>	0,776	0,737	0,733	0,697	0,847	0,718		
<i>Social Influence</i>	0,773	0,477	0,536	0,739	0,508	0,524	0,648	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Tabel 5 menunjukkan nilai HTMT, semuanya menunjukkan nilai yang kecil dari 0,9. Sehingga telah memenuhi syarat terakhir pada validitas diskriminan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini telah mencapai

validitas diskriminan yang baik.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur walaupun pengukuran tersebut diulang. Uji

reliabilitas dalam PLS dapat diukur dengan menggunakan dua metode yaitu mengacu kepada nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. *Rule of thumbnya* adalah nilai *cronbach's alpha*

dan *composite reliability* harus besar dari 0,7. Kedua nilai tersebut bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. *Cronbach's Alpha dan Composite Reliability*

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>
<i>Continuance Intention</i>	0,929	0,933	0,950
<i>Effort Expectancy</i>	0,900	0,913	0,930
<i>Facilitating Conditions</i>	0,875	0,879	0,914
<i>Habit</i>	0,884	0,890	0,928
<i>Hedonic Motivation</i>	0,957	0,958	0,972
<i>Performance Expectancy</i>	0,915	0,917	0,940
<i>Satisfaction</i>	0,938	0,938	0,956
<i>Social Influence</i>	0,867	0,878	0,910

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 6, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* masing-masing variabel penelitian telah melebihi 0,7. Sesuai ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya, maka semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliable.

Uji Model Struktural (Inner Model)

Penganalisisan *inner model* dalam PLS ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antar variabel penelitian. *Inner model* bisa dilihat dari nilai *R Square*,

path coefficient, t-statistiknya, dan p *value* dengan penjelasan sebagai berikut:

R Square

Nilai *R Square* pada PLS akan menggambarkan seberapa besar variabel dependen mampu dijelaskan ataupun dipengaruhi oleh variabel independennya. Untuk diketahui nilai *R Square* hanya bisa dilihat dari variabel dependen saja. Berikut hasil penghitungan *R Square* pada variabel dependen penelitian ini:

Tabel 7. *R Square*

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
<i>Satisfaction</i>	0,515	0,511
<i>Continuance Intention</i>	0,682	0,674

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan tabel 8, dapat diketahui variabel *satisfaction* memiliki nilai *R Square* sebesar 0,515. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy* dan *effort expectancy* memiliki kontribusi sebesar 51,5% pada variabel *satisfaction*. Sedangkan variabel *continuance intention* memiliki nilai *R Square*

sebesar 0,682. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *habit*, dan *satisfaction* memiliki kontribusi sebesar 68,2% pada variabel *continuance intention*.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bisa dilihat dari nilai *original sample* yang menunjukkan pengaruh yang negatif

ataupun positif. Lalu, pengaruh signifikan atau tidaknya hubungan variabel mengacu kepada nilai t-statistik (besar dari 1,96) dan *p value* (kecil dari 0,05). Nilai-nilai tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Pengujian Hipotesis

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
<i>Performance Expectancy -> Satisfaction</i>	0,356	0,367	0,106	3,368	0,001
<i>Performance Expectancy -> Continuance Intention</i>	-0,024	-0,024	0,068	0,357	0,721
<i>Effort Expectancy -> Satisfaction</i>	0,408	0,397	0,104	3,905	0,000
<i>Effort Expectancy -> Continuance Intention</i>	-0,010	-0,010	0,068	0,153	0,879
<i>Social Influence -> Continuance Intention</i>	0,294	0,294	0,047	6,215	0,000
<i>Facilitating Conditions -> Continuance Intention</i>	0,036	0,039	0,063	0,578	0,564
<i>Hedonic Motivation -> Continuance Intention</i>	-0,115	-0,117	0,068	1,705	0,088
<i>Habit -> Continuance Intention</i>	0,283	0,285	0,054	5,215	0,000
<i>Satisfaction -> Continuance Intention</i>	0,465	0,463	0,071	6,548	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 8, dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Performance expectancy* berpengaruh secara positif (*original sample* sebesar 0,356) dan signifikan (t-statistik sebesar 3,368 > 1,96 dan *p value* sebesar 0,001 < 0,05) terhadap *satisfaction*.
2. *Performance expectancy* berpengaruh secara negatif (*original sample* sebesar -0,024) dan tidak signifikan (t-statistik sebesar 0,357 < 1,96 dan *p value* sebesar 0,721 > 0,05) terhadap *continuance intention*.
3. *Effort expectancy* berpengaruh secara positif (*original sample* sebesar 0,408) dan signifikan (t-statistik sebesar 3,905 > 1,96 dan *p value* sebesar 0,000 < 0,05) terhadap *satisfaction*.
4. *Effort expectancy* berpengaruh secara negatif (*original sample* sebesar -0,010) dan tidak signifikan (t-statistik sebesar 0,153 < 1,96 dan *p value* sebesar 0,879 > 0,05) terhadap *continuance intention*.

- > 0,05) terhadap *continuance intention*.
5. *Social influence* berpengaruh secara positif (*original sample* sebesar 0,294) dan signifikan (t-statistik sebesar 6,215 > 1,96 dan p value sebesar 0,000 < 0,05) terhadap *continuance intention*.
 6. *Facilitating conditions* berpengaruh secara positif (*original sample* sebesar 0,036) dan tidak signifikan (t-statistik sebesar 0,578 < 1,96 dan p value sebesar 0,564 > 0,05) terhadap *continuance intention*.
 7. *Hedonic motivation* berpengaruh secara negatif (*original sample* sebesar -0,115) dan tidak signifikan (t-statistik sebesar 1,705 < 1,96 dan p value sebesar 0,564 > 0,05) terhadap *continuance intention*.
 8. *Habit* berpengaruh secara positif (*original sample* sebesar 0,283) dan signifikan (t-statistik sebesar 5,215 > 1,96 dan p value sebesar 0,000 < 0,05) terhadap *continuance intention*.
 9. *Satisfaction* berpengaruh secara positif (*original sample* sebesar 0,465) dan signifikan (t-statistik sebesar 6,548 > 1,96 dan p value sebesar 0,000 < 0,05) terhadap *continuance intention*.
- Berdasarkan penjelasan di atas, maka secara ringkas kesimpulan dari pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Kesimpulan Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hasil	Kesimpulan
H1: <i>Performance Expectancy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Satisfaction</i>	<i>Performance Expectancy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Satisfaction</i>	Diterima
H2: <i>Performance Expectancy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Continuance Intention</i>	<i>Performance Expectancy</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap <i>Continuance Intention</i>	Ditolak
H3: <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Satisfaction</i>	<i>Effort Expectancy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Satisfaction</i>	Diterima
H4: <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Continuance Intention</i>	<i>Effort Expectancy</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap <i>Continuance Intention</i>	Ditolak
H5: <i>Social Influence</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Continuance Intention</i>	<i>Social Influence</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Continuance Intention</i>	Diterima
H6: <i>Facilitating Conditions</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Continuance Intention</i>	<i>Facilitating Conditions</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap <i>Continuance Intention</i>	Ditolak
H7: <i>Hedonic Motivation</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Continuance Intention</i>	<i>Hedonic Motivation</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap <i>Continuance Intention</i>	Ditolak

H8: <i>Habit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Continuance Intention</i>	<i>Habit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Continuance Intention</i>	Diterima
H9: <i>Satisfaction</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Continuance Intention</i>	<i>Satisfaction</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Continuance Intention</i>	Diterima

Pembahasan

Pengaruh *Performance Expectancy* Terhadap *Satisfaction*

Penelitian ini menemukan bahwa *performance expectancy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *satisfaction* penggunaan *generative artificial intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang bahwa *generative artificial intelligence* akan membantu pekerjaan mereka maka akan semakin tinggi *satisfaction* yang dirasakan penggunaannya.

Selanjutnya hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Al-Hawamleh (2024) yang mengukur *perceived usefulness* pada model TAM yang serupa dengan *performance expectancy* pada model UTAUT bahwa variabel ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *satisfaction*. Penelitiannya juga menjelaskan bahwa penyedia sistem atau produk harus menyelaraskan fitur dengan kebutuhan pengguna dalam meningkatkan kepuasan. Pada konteks *generative artificial intelligence*, (Bouteraa et al., 2024) mengatakan layanan inovatif ini memiliki kemampuan untuk mendorong pengalaman belajar mahasiswa, membantu dalam tugas, atau memfasilitasi pemahaman yang dapat berkontribusi pada manfaat yang dirasakan.

Pengaruh *Performance Expectancy* Terhadap *Continuance Intention*

Penelitian ini menemukan bahwa *performance expectancy* berpengaruh

secara negatif dan tidak signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan *generative artificial intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang bahwa *generative artificial intelligence* akan membantu pekerjaan mereka maka akan semakin rendah *continuance intention* untuk menggunakannya namun secara tidak signifikan. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Balakrishnan et al. (2022) yang melakukan penelitian terkait penggunaan *chatbot* pada industri jasa. Penelitiannya menemukan bahwasannya *performance expectancy* sebagai prediktor yang paling kuat dengan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Penelitian Gao (2023) pada konteks teknologi *artificial intelligence* juga menemukan hal serupa. Hasil penelitiannya juga mengonfirmasi bahwasannya *performance expectancy* secara positif dan signifikan mempengaruhi niat penggunaan berkelanjutan.

Hasil pada penelitian ini yang kontradiksi dengan sebagian besar penelitian terdahulu, bisa dikaitkan dengan pengaruh *performance expectancy* terhadap *satisfaction* dan *satisfaction* terhadap *continuance intention* yang telah diuji. Hasil kedua-duanya menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Namun, pada pengaruh langsung *performance expectancy* terhadap *continuance intention* menemukan hasil yang bertolak belakang. Indikasinya adalah *performance expectancy* tidak bisa berpengaruh secara langsung terhadap *continuance intention* melainkan harus

didahului oleh pengaruh variabel lain yaitu *satisfaction*. Dapat disimpulkan bahwa *satisfaction* hendaknya menjadi pemediasi pada hubungan *performance expectancy* terhadap *continuance intention*.

Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap *Satisfaction*

Penelitian ini menemukan bahwa *effort expectancy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *satisfaction* penggunaan *generative artificial intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan bahwa jika pengguna merasa bahwa *generative artificial intelligence* mudah untuk digunakan maka akan semakin tinggi juga *satisfaction* yang dirasakan penggunaannya. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Al-Hawamleh (2024) yang mengukur *perceived ease of use* namun serupa dengan *effort expectancy*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction* penggunaan *e-learning*. Untuk meningkatkan *satisfaction*, penyedia sistem atau produk dapat menyederhanakan antarmuka.

Binekas & Belgiawan (2023) juga melakukan penelitian dengan menggunakan *perceived ease of use* yang serupa dengan *effort expectancy*. Hasilnya menemukan bahwa *perceived ease of use* berdampak positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pada penggunaan *chatbot* oleh konsumen layanan jasa. Penelitiannya menjelaskan bahwa dengan memastikan bahwa *chatbot* bisa dilihat sebagai sesuatu yang sederhana maka akan meningkatkan kepuasan penggunaannya.

Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap *Continuance Intention*

Penelitian ini menemukan bahwa *effort expectancy* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan *generative artificial intelligence* pada

mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan bahwa jika harapan kemudahan tinggi terhadap *generative artificial intelligence* maka akan menurunkan *continuance intention* namun secara tidak signifikan. Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Elshaer et al. (2024) tentang pengaruh *effort expectancy* terhadap *use behavior*. Dalam hal ini, *use behavior* dan *continuance intention* sama-sama berada pada konteks pasca adopsi. Menurutnya, meskipun ChatGPT merupakan *tool* yang ramah pengguna namun hal tersebut tidak cukup untuk memastikan penggunaannya.

Lalu, hasil penelitian tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Balakrishnan et al., 2022; Y. Li & Zhao, 2021; Reza et al., 2024). Semuanya menemukan bahwa *effort expectancy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat untuk melanjutkan penggunaan teknologi atau sistem. Semakin mudah penggunaannya maka akan semakin tinggi niat seseorang untuk terus melanjutkan penggunaan. Hasil penelitian ini yang bertolak belakang dengan sebagian besar penelitian sebelumnya, bisa dikaitkan dengan pengaruh *effort expectancy* terhadap *satisfaction* dan *satisfaction* terhadap *continuance intention* yang telah diuji. Hasil kedua-duanya menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Namun, pada pengaruh *effort expectancy* terhadap *continuance intention* menemukan hasil yang bertolak belakang. Indikasinya adalah *effort expectancy* tidak mampu berpengaruh secara langsung terhadap *continuance intention* melainkan harus didahului oleh pengaruh variabel lain yaitu *satisfaction*. Dapat dikatakan bahwa *satisfaction* hendaknya menjadi pemediasi pada hubungan *effort expectancy* terhadap *continuance intention*.

Pengaruh *Social Influence* Terhadap *Continuance Intention*

Penelitian ini menemukan bahwa *social influence* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan *generative artificial*

intelligence pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan bahwa jika semakin banyak tekanan dalam hal ini pengaruh dari orang sekitar untuk menggunakan *generative artificial intelligence* maka akan semakin tinggi juga *continuance intention* untuk menggunakannya. Dalam dunia yang semakin terhubung, individu sering kali mencari saran, rekomendasi, dan validasi dari jaringan sosial mereka, yang berdampak besar pada adopsi teknologi atau layanan baru (Al Halbusi et al., 2024)

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Li & Zhao (2021) dan Wan et al. (2020) yang menemukan bahwa *social influence* berupa pengaruh dari orang sekitar seperti keluarga, teman sekelas, dan guru berdampak positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Menurutnya, setelah menggunakan *e-learning* selama beberapa waktu, persepsi dan sikap siswa terhadap *e-learning* akan lebih dipengaruhi oleh sikap dan komentar teman sekelas dan pengakuan sosial dari komunitas pembelajaran daring.

Selanjutnya dalam hal penggunaan *generative artificial intelligence*, Yu et al. (2024) menunjukkan hasil penelitian yang sejalan dengan penelitian ini. Penelitiannya mengonfirmasi bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Selain itu, penelitian tersebut menunjukkan bahwa *social influence* menjadi faktor terbesar pada model UTAUT yang memengaruhi niat untuk melanjutkan penggunaan yang juga sama dengan penelitian ini (*original sample* = 0,294). Dampak sosial terhadap penggunaan layanan *generative artificial intelligence* oleh pengguna memiliki dampak yang lebih kuat terhadap penerimaan, niat untuk menggunakan, dan penggunaan layanan secara terus-menerus daripada pada pengalaman pribadi dan teknis (Kang et al., 2024).

Pengaruh *Facilitating Conditions* Terhadap *Intention*

Penelitian ini menemukan bahwa *facilitating condition* berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan *generative artificial intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan jika seseorang memiliki sumber daya pendukung yang memadai untuk penggunaan *generative artificial intelligence* maka akan meningkatkan *continuance intention* namun secara tidak signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Gao (2023) yang menemukan bahwa *facilitating* berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap *continuance intention mobile-based smart education*. *Facilitating condition* berarti pengguna memiliki pengetahuan teknis dan sumber daya pendukung akan meningkatkan niat melanjutkan penggunaan sistem tersebut. Namun, *facilitating condition* menjadi pengaruh yang relatif tidak penting terhadap niat untuk melanjutkan penggunaannya.

Selanjutnya, hasil penelitian Balakrishnan et al. (2022) dan Reza et al. (2024) menunjukkan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *continuance intention* pada konteks penggunaan *e-wallet* oleh pedagang dan *chatbot* oleh perusahaan jasa. Menurut Reza et al. (2024), sumber daya utama yang dibutuhkan pedagang untuk penggunaan *e-wallet* adalah rekening bank. Hanya dengan rekening bank, pedagang dapat dengan mudah mendaftarkan bisnis mereka dengan penyedia layanan dompet elektronik mana pun, lalu memperoleh kode QR dalam prosesnya. Sementara itu, penggunaan *generative artificial intelligence* bagi mahasiswa cukup dengan memiliki perangkat elektronik seperti laptop atau handphone, internet, dan akun *google*, maka layanan *generative artificial intelligence* telah bisa diakses/digunakan.

Hasil penelitian yang tidak signifikan dikarenakan responden penelitian yang merupakan mahasiswa yang masuk

perguruan tinggi pada tahun 2019-2024 (kelahiran 2001-2005) dan merupakan generasi Z. Mereka dirasa sudah memiliki pengetahuan dalam penggunaan teknologi dan infrastruktur pendukung dan telah familiar dengan cara penggunaannya. Oleh karena itu, mereka tidak menganggap *facilitating conditions* sebagai suatu hambatan (Sari et al., 2024) dalam melanjutkan penggunaan *generative artificial intelligence*.

Pengaruh *Hedonic Motivation* Terhadap *Continuance Intention*

Penelitian ini menemukan bahwa *hedonic motivation* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan *generative artificial intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan jika semakin tinggi tingkat kenikmatan seseorang terhadap penggunaan *generative artificial intelligence* maka akan menurunkan niat untuk melanjutkan penggunaannya namun relatif tidak signifikan. Hal ini kontradiksi dengan hasil penelitian Bhatnagar & Rajesh (2023) yang menemukan bahwa *hedonic motivation* hasilnya memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat penggunaan layanan *banking*. Gao (2023) juga melakukan penelitian terkait variabel yang serupa dengan *hedonic motivation* yaitu *perceived enjoyment* terhadap niat untuk melanjutkan penggunaan. Hasilnya menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *continuance intention*.

Mengacu kepada karakteristik responden berdasarkan *generative artificial intelligence* yang sering digunakan oleh mahasiswa di Kota Padang (Tabel 4.6). Hasil tersebut menunjukkan kedominanan penggunaan ChatGPT. Seperti yang kita ketahui bahwasannya ChatGPT memang terlebih dahulu dikenal mahasiswa. Sementara itu, analisis deskriptif variabel *hedonic motivation* menunjukkan bahwa

pengguna merasakan kesenangan pada tingkat baik (Tabel 4.1) dan hasil pengujian hipotesis menunjukkan semakin tinggi kesenangan dalam menggunakan *generative artificial intelligence* maka akan menurunkan niat untuk melanjutkan penggunaan secara tidak signifikan. Hal ini berkemungkinan pada awalnya pengguna merasa senang namun disebabkan oleh berkembang dan bertambahnya *generative artificial intelligence*, ChatGPT dinilai memiliki kekurangan dibandingkan yang lainnya. Kekurangan itu seperti tidak tersedianya sumber yang jelas dalam layanan tersebut.

Pengaruh *Habit* Terhadap *Continuance Intention*

Penelitian ini menemukan bahwa *habit* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan *generative artificial intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan jika seseorang merasa bahwa menggunakan *generative artificial intelligence* telah menjadi kebiasaannya maka akan meningkatkan *continuance intention* penggunaannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iqbal et al. (2023) namun pada pengukuran *behavioral intention* penggunaan *mobile banking*.

Hasil penelitian Gao (2023) pada pengukuran *continuance intention* penggunaan *artificial intelligence* dalam pembelajaran pun menemukan hasil yang selaras dengan penelitian ini. *Habit* memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap niat untuk melanjutkan penggunaan *artificial intelligence*. Sesuatu hal yang telah menjadi kebiasaan bagi seseorang, maka mereka akan melakukan hal itu secara otomatis yang mengarah kepada niat untuk melanjutkan penggunaan.

Berdasarkan frekuensi penggunaan *generative artificial intelligence* pada penelitian ini (Tabel 4.8), sebanyak 34,8% atau 97 responden menggunakan *generative artificial intelligence* lebih dari lima kali per bulannya. Lalu, sebanyak

32,6% atau 91 orang responden menggunakan *generative artificial intelligence* 3-5 kali. Hal ini bisa dikatakan bahwa telah menjadi kebiasaan menggunakan *generative artificial intelligence* bagi mahasiswa di Kota Padang.

Pengaruh *Satisfaction* Terhadap *Continuance Intention*

Penelitian ini menemukan bahwa *satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan *generative artificial intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan semakin tinggi rasa kepuasan seseorang dalam menggunakan *generative artificial intelligence* maka akan meningkatkan *continuance intention* penggunaannya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Reza et al. (2024) pada konteks *e-wallet* yang mengonfirmasi bahwa *satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pedagang terhadap *e-wallet*, semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk terus menggunakannya. Selain itu, penelitiannya juga mengonfirmasi bahwa *satisfaction* menjadi faktor yang paling tinggi dalam memengaruhi *continuance intention* yang juga sama dengan penelitian ini (*original sample* = 0,465).

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wan et al. (2020), yang melakukan survei bahwa *satisfaction* menjadi faktor yang berperan penting dalam memengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan *massive open online course*. Jika siswa merasa puas dengan *massive open online course*, mereka akan tetap setia dan terus menggunakannya. Kepuasan yang dirasakan pengguna bersumber dari ekspektasi mereka terhadap teknologi yang sesuai dengan harapan.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa pada perguruan tinggi di Kota Padang. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner penelitian secara *online* melalui media sosial Instagram dan WhatsApp dan secara *offline* di beberapa *public space*, *coffee shop*, dan lingkungan kampus. Penelitian ini mengajukan sembilan hipotesis dan hanya lima hipotesis yang diterima. Adapun kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. *Performance expectancy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *satisfaction* penggunaan *generative artificial intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang bahwa *generative artificial intelligence* akan membantu pekerjaan mereka maka akan semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan.
2. *Performance expectancy* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan *generative artificial intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang bahwa *generative artificial intelligence* akan membantu pekerjaan mereka maka semakin rendah *continuance intention* untuk menggunakannya. Namun, pengaruh tersebut relatif tidak memberikan dampak yang berarti.
3. *Effort expectancy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *satisfaction* penggunaan *generative artificial intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan bahwa jika pengguna merasa bahwa *generative artificial intelligence* mudah untuk digunakan maka akan semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan penggunaanya.
4. *Effort expectancy* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan *generative artificial intelligence* pada

mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan bahwa jika pengguna merasa bahwa *generative artificial intelligence* mudah untuk digunakan maka akan semakin rendah *continuance intention* penggunaannya. Namun, pengaruh tersebut relatif tidak memberikan dampak yang berarti.

5. *Social influence* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan *generative artificial intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan bahwa jika semakin banyak tekanan dalam hal ini pengaruh dari orang sekitar untuk menggunakan *generative artificial intelligence* maka akan semakin tinggi juga *continuance intention* untuk menggunakannya
6. *Facilitating conditions* berpengaruh secara positif tidak signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan *generative artificial intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan jika seseorang memiliki sumber daya pendukung yang memadai untuk penggunaan *generative artificial intelligence* maka akan meningkatkan *continuance intention*.
7. *Hedonic motivation* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan *generative artificial intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan jika semakin tinggi tingkat kenikmatan seseorang terhadap penggunaan *generative artificial intelligence* maka akan menurunkan niat untuk melanjutkan penggunaannya namun relatif tidak signifikan
8. *Habit* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan *generative artificial intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan jika seseorang merasa bahwa menggunakan *generative artificial intelligence* telah menjadi

kebiasaannya maka akan meningkatkan *continuance intention* penggunaannya.

9. *Satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *continuance intention* penggunaan *generative artificial intelligence* pada mahasiswa di Kota Padang. Hasil ini menunjukkan semakin tinggi rasa kepuasan seseorang dalam menggunakan *generative artificial intelligence* maka akan meningkatkan *continuance intention* untuk menggunakannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Halbusi, H., Al-Sulaiti, K., Abdelfattah, F., Ahmad, A. B., & Hassan, S. (2024). Understanding consumers' adoption of e-pharmacy in Qatar: applying the unified theory of acceptance and use of technology. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2023-0042>
- Al-Azawei, A., & Alowayr, A. (2020). Predicting the intention to use and hedonic motivation for mobile learning: A comparative study in two Middle Eastern countries. *Technology in Society*, 62. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101325>
- Alfalah, A. A. (2023). Factors influencing students' adoption and use of mobile learning management systems (m-LMSs): A quantitative study of Saudi Arabia. *International Journal of Information Management Data Insights*, 3(1). <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100143>
- Al-Hawamleh, A. (2024). Exploring the Satisfaction and Continuance Intention to Use E-Learning Systems: An Integration of the Information Systems Success Model and the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electrical and Computer Engineering Systems*, 5(2), 201–214.

- Ali, M. B., Tuhin, R., Alim, M. A., Rokonuzzaman, M., Rahman, S. M., & Nuruzzaman, M. (2022). Acceptance and use of ICT in tourism: the modified UTAUT model. *Journal of Tourism Futures*. <https://doi.org/10.1108/JTF-06-2021-0137>
- Alzahrani, L. (2023). Analyzing students' attitudes and behavior toward artificial intelligence technologies in Higher Education. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 11(6), 65–73. <https://doi.org/10.35940/ijrte.F7475.0311623>
- Armenia, S., Franco, E., Iandolo, F., Maielli, G., & Vito, P. (2024). Zooming in and out the landscape: Artificial intelligence and system dynamics in business and management. *Technological Forecasting and Social Change*, 200. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123131>
- Azzuhri, A. (2024). Berdamai dengan AI di Ruang Akademik Baca artikel detiknews, “Berdamai dengan AI di Ruang Akademik” selengkapnya <https://news.detik.com/kolom/d-7439852/berdamai-dengan-ai-di-ruang-akademik>. <https://news.detik.com/kolom/d-7439852/Berdamai-Dengan-Ai-Di-Ruang-Akademik>
- Balakrishnan, J., Abed, S. S., & Jones, P. (2022). The role of meta-UTAUT factors, perceived anthropomorphism, perceived intelligence, and social self-efficacy in chatbot-based services? *Technological Forecasting and Social Change*, 180. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121692>
- Bhatnagr, P., & Rajesh, A. (2023). Neobanking adoption – An integrated UTAUT-3, perceived risk and recommendation model. *South Asian Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1108/sajm-06-2022-0040>
- Binekas, H., & Belgiawan, P. F. (2023). Factors Influence Satisfaction and Continuance Intention of Chatbot Users (pp. 102–116). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-216-3_9
- Bin-Nashwan, S. A., Shah, M. H., Abdul-Jabbar, H., & Al-Ttaffi, L. H. A. (2023). Social-related factors in integrated UTAUT model for ZakaTech acceptance during the COVID-19 crisis. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(8), 1383–1403. <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2022-0038>
- Bouteraa, M., Bin-Nashwan, S. A., Al-Daihani, M., Dirie, K. A., Benlahcene, A., Sadallah, M., Zaki, H. O., Lada, S., Ansar, R., Fook, L. M., & Chekima, B. (2024). Understanding the diffusion of AI-generative (ChatGPT) in higher education: Does students' integrity matter? *Computers in Human Behavior Reports*, 14. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100402>
- Chhonker, M. S., Verma, D., & Kar, A. K. (2017). Review of Technology Adoption frameworks in Mobile Commerce. *Procedia Computer Science*, 122, 888–895. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.451>
- Dhoni, R. (2022). Ratusan Perguruan Tinggi Ada di Sumbar, Berikut Rinciannya. Ratusan Perguruan Tinggi Ada Di Sumbar, Berikut Rinciannya.
- Duong, C. D. (2024). Modeling the determinants of HEI students' continuance intention to use ChatGPT for learning: a stimulus–organism–response approach. *Journal of Research in Innovative Teaching and Learning*. <https://doi.org/10.1108/JRIT-01-2024-0006>

- Edo, O. C., Ang, D., Etu, E. E., Tenebe, I., Edo, S., & Diekola, O. A. (2023). Why do healthcare workers adopt digital health technologies - A cross-sectional study integrating the TAM and UTAUT model in a developing economy. *International Journal of Information Management Data Insights*, 3(2). <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2023.100186>
- Elkefi, S., Tounsi, A., & Kefi, M. A. (2024). Use of ChatGPT for education by engineering students in developing countries: a mixed-methods study. *Behaviour and Information Technology*. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2024.2354428>
- Elshaer, I. A., Hasanein, A. M., & Sobaih, A. E. E. (2024). The moderating effects of gender and study discipline in the relationship between university students' acceptance and use of chatGPT. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 14(7), 1981–1995. <https://doi.org/10.3390/ejihpe14070132>
- Esawe, A. T. (2022). Understanding mobile e-wallet consumers' intentions and user behavior. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(3), 363–384. <https://doi.org/10.1108/SJME-05-2022-0105>
- Ferri, L., Maffei, M., Spanò, R., & Zagaria, C. (2023). Uncovering risk professionals' intentions to use artificial intelligence: empirical evidence from the Italian setting. *Management Decision*. <https://doi.org/10.1108/MD-02-2023-0178>
- Gao, B. (2023). Understanding smart education continuance intention in a delayed benefit context: An integration of sensory stimuli, UTAUT, and flow theory. *Acta Psychologica*, 234. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.103856>
- GoodStats. (2024a). 10 Negara Pengguna AI Terbanyak, Indonesia Salah Satunya. <https://Data.Goodstats.Id/Statistic/10-Negara-Pengguna-Ai-Terbanyak-Indonesia-Salah-Satunya-RLlmC>
- GoodStats. (2024b). 185,3 Juta Pengguna Internet Tercatat di Indonesia pada 2024. <https://Data.Goodstats.Id/Statistic/1853-Juta-Pengguna-Internet-Tercatat-Di-Indonesia-Pada-2024-JFNoa>
- Gupta, R., Nair, K., Mishra, M., Ibrahim, B., & Bhardwaj, S. (2024). Adoption and impacts of generative artificial intelligence: Theoretical underpinnings and research agenda. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(1). <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100232>
- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (Second Edition). SAGE Publications Ltd.
- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Iqbal, U. P., Jose, S. M., & Tahir, M. (2023). Integrating trust with extended UTAUT model: a study on Islamic banking customers' m-banking adoption in the Maldives. *Journal of Islamic Marketing*, 14(7), 1836–1858. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2022-0030>
- Ivana, & Soeherman, B. (2024). Ancaman Darurat Text Generative Artificial Intelligence pada pendidikan akuntansi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 12(1), 667–682. <https://doi.org/10.17509/xxxx.xxx>

- Ivanov, S., Soliman, M., Tuomi, A., Alkathiri, N. A., & Al-Alawi, A. N. (2024). Drivers of generative AI adoption in higher education through the lens of the Theory of Planned Behaviour. *Technology in Society*, 77. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102521>
- Jayarathne, P. G. S. A., Chathuranga, B. T. K., Dewasiri, N. J., & Rana, S. (2022). Motives of mobile payment adoption during COVID-19 pandemic in Sri Lanka: a holistic approach of both customers' and retailers' perspectives. *South Asian Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1108/sajm-03-2022-0013>
- Jo, H. (2022). Continuance intention to use artificial intelligence personal assistant: type, gender, and use experience. *Heliyon*, 8(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10662>
- Jurnalissumbar. (2024). *Seminar nasional di universitas negeri padang: pemanfaatan artificial intelligence di lembaga pendidikan*. <https://www.jurnalissumbar.com/2024/07/Seminar-Nasional-Di-Universitas-Negeri.html?M=1>.
- Kadhim, R. J. (2024). The role of artificial intelligence technologies in increasing awareness and educating users through electronic social networks (survey study on a sample of thi qar university students). *Conhecimento & Diversidade, Niterói*, 16(41).
- Kang, S., Choi, Y., & Kim, B. (2024). Impact of Motivation Factors for Using Generative AI Services on Continuous Use Intention: Mediating Trust and Acceptance Attitude. *Social Sciences*, 13(9), 475. <https://doi.org/10.3390/socsci13090475>
- Kominfo. (2024). *Penggunaan AI Makin Masif, Wamenkominfo Ajak Mahasiswa Terapkan Prinsip Kejujuran*. https://www.kominfo.go.id/Content/Detail/54396/Siaran-Pers-No-67hmkominfo012024-Tentang-Penggunaan-Ai-Makin-Masif-Wamenkominfo-Ajak-Mahasiswa-Terapkan-Prinsip-Kejujuran/0/Siaran_pers.
- Kompas. (2024). *Kontroversi AI Generatif dan Dampaknya terhadap Pendidikan*. <https://amp.kompas.com/tren/read/2024/01/26/165255365/Kontroversi-Ai-Generatif-Dan-Dampaknya-Terhadap-Pendidikan>.
- Lai, C. Y., Cheung, K. Y., Chan, C. S., & Law, K. K. (2024). Integrating the adapted UTAUT model with moral obligation, trust and perceived risk to predict chatGPT adoption for assessment support: A survey with students. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 6. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100246>
- Li, W. (2021). The role of trust and risk in Citizens' E-Government services adoption: A perspective of the extended UTAUT model. *Sustainability (Switzerland)*, 13(14). <https://doi.org/10.3390/su13147671>
- Li, Y., & Zhao, M. (2021). A Study on the Influencing Factors of Continued Intention to Use MOOCs: UTAUT Model and CCC Moderating Effect. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.528259>
- Lukman, Agustina, R., & Aisy Rihadatul. (2023). Problematika penggunaan artificial intelligence (AI) untuk pembelajaran di kalangan mahasiswa STIT Pematang. *Jurnal Madaniyah*, 13(2), 242–255.
- 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>

- Negm, E. M. (2023). Consumers' acceptance intentions regarding e-payments: a focus on the extended unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2). *Management & Sustainability: An Arab Review*.
<https://doi.org/10.1108/msar-04-2023-0022>
- Pak, T. Y., Bae, B., Lee, C., Jung, I., & Jang, B. J. (2023). Modeling public acceptance of demand-responsive transportation: An integrated UTAUT and ITM framework. *Journal of Public Transportation*, 25.
<https://doi.org/10.1016/j.jpubtr.2023.100067>
- Pamungkas, B. (2024). *AI di Perkuliahan: Membantu atau "Mem-buntukan" Mahasiswa?* <https://ftmm.unair.ac.id/Ai-Di-Perkuliahan-Membantu-Atau-Mem-Buntukan-Mahasiswa/>.
- Patil, H., & Undale, S. (2023). Willingness of university students to continue using e-Learning platforms after compelled adoption of technology: Test of an extended UTAUT model. *Education and Information Technologies*, 28(11), 14943–14965.
<https://doi.org/10.1007/s10639-023-11778-6>
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2024). Analisis data penelitian marketing: perbandingan hasil antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS untuk jumlah sampel besar. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4).
<https://doi.org/10.7777/jiemar>
- Rahman, P., Ningsih, N., & Rahim, A. (2024). Tampilan potensi ancaman kecerdasan buatan bagi perguruan tinggi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 10(1), 63–72.
- Reza, M. D. S. binti M., Tan, S. H., Chong, L. L., & Ong, H. B. (2024). Continuance usage intention of e-wallets: Insights from merchants. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(2).
<https://doi.org/10.1016/j.ijime.2024.100254>
- Savitri, D. (2024). *Kemendikbudristek Godok Regulasi Penggunaan Generative AI di Perguruan Tinggi*. <https://www.detik.com/edu/ Perguruan-Tinggi/d-7310158/Kemendikbudristek-Godok-Regulasi-Penggunaan-Generative-Ai-Di-Perguruan-Tinggi>.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: a skill-building approach* (Seventh edition). www.wileypluslearningspace.com
- Sharma, A., Mohan, A., Johri, A., & Asif, M. (2024). Determinants of fintech adoption in agrarian economy: Study of UTAUT extension model in reference to developing economies. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(2).
<https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100273>
- Venkatesh, V., Smith, R. H., Morris, M. G., Davis, G. B., Davis, F. D., & Walton, S. M. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *Management Information Systems Research Center*, 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Walton, S. M., & Thong, J. Y. L. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *Management Information System Research Center*, 157–178.
<http://about.jstor.org/terms>
- Wan, L., Xie, S., & Shu, A. (2020). Toward an Understanding of University Students' Continued Intention to Use MOOCs: When UTAUT Model Meets TTF Model. *SAGE Open*, 10(3).
<https://doi.org/10.1177/2158244020941858>
- 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>
- Yu, X., Yang, Y., & Li, S. (2024). Users' continuance intention towards an AI painting application: An extended expectation confirmation model. *PLoS ONE*, 19(5 May). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0301821>
- Sari, M. Y., Pujani, V., & Yuliharsi. (2024). Eksplorasi niat penggunaan e-government di Kota Padang melalui aplikasi SI RANCAK. *Journal Publicuho*, 7(1), 336–352. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i1.366>
- Yunus, Y., Saputri, R. P., & Fransisca, M. (2024). *Implementasi Teknologi Artificial Intelligence (AI) sebagai Penunjang Pembelajaran Siswa di SMK Nusantara Kota Padang* *Implementation of Artificial Intelligence (AI) Technology to Support Student Learning at Nusantara Vocational School, Padang City Universitas Putra Indonesia YPTK Padang*. 4(2), 142–151. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v4i2.3562>
- Yusuf, A., Pervin, N., & Román-González, M. (2024). Generative AI and the future of higher education: a threat to academic integrity or reformation? Evidence from multicultural perspectives. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 21(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-024-00453-6>