

RINGKASAN

Perkembangan *Artificial Intelligence* (AI) dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk pendidikan tinggi. Salah satu bentuk implementasi AI yang banyak digunakan adalah *chatbot* berbasis AI yang mampu memberikan respons interaktif, penjelasan konseptual, serta dukungan akademik secara cepat dan fleksibel. Dalam konteks pembelajaran akuntansi yang menuntut pemahaman konsep, ketelitian analitis, dan kemampuan pemecahan masalah, kehadiran *chatbot* AI menjadi salah satu alternatif sumber belajar yang dapat diakses kapan saja. Mahasiswa memanfaatkan teknologi ini untuk memperoleh penjelasan materi, mencari contoh penerapan konsep akuntansi, membantu penyusunan tugas, serta melakukan latihan soal secara mandiri. Meskipun pemanfaatannya semakin meningkat, tingkat penerimaan dan penggunaan *chatbot* AI di kalangan mahasiswa tidak selalu seragam. Perbedaan tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dorongan sosial, kebiasaan, maupun kondisi pendukung yang tersedia. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan dan penggunaan aktual *chatbot* AI dalam pembelajaran mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Jenderal Soedirman, serta untuk menguji hubungan antara penggunaan aktual *chatbot* AI dan performa akademik mahasiswa.

Kerangka teoretis yang digunakan adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2), yang secara komprehensif menjelaskan determinan penerimaan dan penggunaan teknologi. Variabel independen yang diuji meliputi ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, kondisi pendukung, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan sebagai prediktor niat penggunaan *chatbot* AI. Selain itu, penelitian ini juga menguji pengaruh niat penggunaan, kondisi pendukung, dan kebiasaan terhadap penggunaan aktual *chatbot* AI, serta hubungan antara penggunaan aktual *chatbot* AI dan performa akademik mahasiswa. Performa akademik dalam penelitian ini dipahami sebagai capaian akademik mahasiswa yang tercermin dalam indikator kuantitatif maupun persepsi terhadap hasil belajar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Akuntansi yang telah menggunakan *chatbot* AI dalam kegiatan pembelajaran. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menguji validitas dan reliabilitas model pengukuran serta kekuatan hubungan antarvariabel dalam model struktural.

Hasil analisis menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan niat penggunaan *chatbot* AI. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakan *chatbot* AI ketika mereka memandang teknologi tersebut memberikan manfaat dalam meningkatkan pemahaman dan efektivitas belajar, memperoleh dukungan dari lingkungan sosial, memberikan pengalaman penggunaan yang menyenangkan, serta dianggap memiliki nilai yang sepadan dengan manfaat yang diperoleh. Kebiasaan penggunaan teknologi digital juga berperan dalam membentuk

kecenderungan untuk terus menggunakan *chatbot* AI dalam aktivitas akademik. Sebaliknya, ekspektasi upaya dan kondisi pendukung tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan niat penggunaan. Hal ini dapat mencerminkan bahwa mahasiswa telah terbiasa dengan teknologi digital sehingga aspek kemudahan penggunaan bukan lagi menjadi pertimbangan utama, dan ketersediaan fasilitas pendukung bukan merupakan faktor dominan dalam membentuk niat penggunaan *chatbot* AI.

Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa niat penggunaan dan kebiasaan memiliki pengaruh yang signifikan dengan penggunaan aktual *chatbot* AI. Mahasiswa yang memiliki niat tinggi dan kebiasaan menggunakan teknologi cenderung lebih aktif dalam memanfaatkan *chatbot* AI dalam kegiatan belajar. Sementara itu, kondisi pendukung tidak menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap penggunaan aktual, yang mengindikasikan bahwa faktor internal pengguna lebih dominan dibandingkan faktor eksternal dalam mendorong penggunaan nyata teknologi tersebut. Lebih lanjut, penggunaan aktual *chatbot* AI memiliki hubungan positif dan signifikan dengan performa akademik mahasiswa. Hasil ini menunjukkan adanya keterkaitan antara intensitas pemanfaatan *chatbot* AI dan capaian akademik mahasiswa. Namun demikian, hubungan yang ditemukan dalam penelitian ini tidak dapat diinterpretasikan sebagai hubungan sebab-akibat secara langsung, melainkan sebatas menunjukkan adanya asosiasi yang signifikan dalam konteks dan populasi penelitian yang diteliti.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai adopsi teknologi berbasis AI dalam pendidikan tinggi, khususnya dengan mengintegrasikan model UTAUT2 dalam konteks pembelajaran akuntansi dan mengaitkannya dengan variabel performa akademik. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi institusi pendidikan tinggi dalam merancang kebijakan dan strategi integrasi AI yang lebih terarah, serta bagi pengembang teknologi untuk menyesuaikan fitur *chatbot* AI dengan kebutuhan akademik mahasiswa. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan responden yang terbatas pada satu program studi dan satu institusi, sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan secara hati-hati. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian, mempertimbangkan variabel moderasi atau mediasi tambahan, serta mengombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai penggunaan *chatbot* AI pada mahasiswa.

Kata kunci: *chatbot* AI, UTAUT2, niat penggunaan, penggunaan aktual, performa akademik, mahasiswa akuntansi.

SUMMARY

The development of Artificial Intelligence (AI) in recent years has brought significant changes across various sectors, including higher education. One widely adopted form of AI implementation is AI-based chatbots, which are capable of providing interactive responses, conceptual explanations, and academic support in a fast and flexible manner. In the context of accounting education which requires conceptual understanding, analytical precision, and problem-solving skills, the presence of AI chatbots has become an alternative learning resource that can be accessed anytime. Students utilize this technology to obtain explanations of course materials, explore examples of accounting concept applications, assist in completing assignments, and practice problem-solving independently.

Despite its increasing utilization, the level of acceptance and use of AI chatbots among students is not always uniform. These differences may be influenced by factors such as perceived usefulness, perceived ease of use, social influence, habits, and facilitating conditions. Therefore, this study aims to analyze the factors influencing behavioral intention and actual use of AI chatbots in learning among Accounting students at Universitas Jenderal Soedirman, as well as to examine the relationship between actual use of AI chatbots and students' academic performance.

The theoretical framework employed in this study is the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2), which comprehensively explains the determinants of technology acceptance and use. The independent variables examined include performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, and habit as predictors of behavioral intention to use AI chatbots. In addition, this study investigates the effects of behavioral intention, facilitating conditions, and habit on actual use of AI chatbots, as well as the relationship between actual use and students' academic performance. Academic performance in this study is defined as students' academic achievement reflected in both quantitative indicators and perceptions of learning outcomes. This research adopts a quantitative approach with a survey design. Primary data were collected through questionnaires distributed to Accounting students who have used AI chatbots in their learning activities. Data analysis was conducted using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to test the validity and reliability of the measurement model and the strength of relationships among variables in the structural model.

The results indicate that performance expectancy, social influence, hedonic motivation, price value, and habit have a positive and significant effect on behavioral intention to use AI chatbots. These findings suggest that students are more likely to intend to use AI chatbots when they perceive the technology as beneficial for enhancing understanding and learning effectiveness, receive support from their social environment, experience enjoyment in using the technology, and perceive that the value obtained is worth the cost. Digital technology usage habits also play a role in shaping the tendency to continue using AI chatbots in academic activities. Conversely, effort expectancy and facilitating conditions do not show a significant effect on behavioral intention. This may reflect that students are already accustomed to digital technology, making ease of use no longer a primary

consideration, and that the availability of supporting facilities is not a dominant factor in forming their intention to use AI chatbots.

Furthermore, the findings show that behavioral intention and habit significantly influence the actual use of AI chatbots. Students with higher intention and established technology usage habits tend to use AI chatbots more actively in their learning activities. Meanwhile, facilitating conditions do not have a significant relationship with actual use, indicating that internal user factors are more dominant than external factors in driving the real use of the technology. Moreover, actual use of AI chatbots has a positive and significant relationship with students' academic performance. This result indicates an association between the intensity of AI chatbot utilization and students' academic achievement. However, the relationship identified in this study cannot be interpreted as a direct causal relationship; rather, it demonstrates a significant association within the context and population examined.

Theoretically, this study contributes to the development of literature on AI-based technology adoption in higher education, particularly by integrating the UTAUT2 model into the context of accounting education and linking it with academic performance variables. Practically, the findings may serve as a reference for higher education institutions in designing more targeted AI integration policies and strategies, as well as for technology developers in aligning AI chatbot features with students' academic needs. Nevertheless, this study is limited by its focus on respondents from a single study program and institution; therefore, the generalization of findings should be approached with caution. Future research is recommended to expand the research scope, consider additional moderating or mediating variables, and combine quantitative and qualitative methods to obtain a more comprehensive understanding of AI chatbot usage among students.

Keywords: AI chatbots, UTAUT2, intention to use, actual use, academic performance, accounting students.