



Analisis Faktor Penerimaan Pengguna *ChatGPT* dengan Menggunakan Metode TAM pada Mahasiswa Universitas Amikom Purwokerto

Nurul Hani^{1*}, Putri Vidia Lestari², Hanenda Putri Zamora³, Ratri Ismayanti⁴, Ito Setiawan⁵

¹⁻⁵Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Purwokerto, Indonesia

Alamat : Jl. Letjend Pol. Soemarto No.127, Watumas, Purwanegara, Kecamatan Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53127

Korespondensi penulis: 21sa2109@mhs.amikompurwokerto.ac.id*

Abstract. *In the 5.0 industrial revolution, the field of education has been impacted by the sophistication of technology. The use of ChatGPT, commonly known as AI, greatly assists users in obtaining information, one of which is the use of ChatGPT among students in completing their assignments. This research aims to analyze the factors influencing the acceptance of ChatGPT users using the Technology Acceptance Model (TAM) method among students at Amikom Purwokerto University. The TAM method is used to evaluate two main variables, namely Perceived Usefulness (PU) and Perceived Ease of Use (PEOU), as well as their impact on user attitude (Attitude Toward Using), intention to use (Behavioral Intention to Use), and actual usage by users (Actual System Use). This research uses a quantitative approach with a survey method, where data is collected through questionnaires distributed to students of Universitas Amikom Purwokerto. The analysis results show that PU and PEOU have a significant influence on user attitudes, which affects the intention to use ChatGPT, encouraging users to use ChatGPT more frequently in their activities.*

Keywords: *ChatGPT; TAM methods; Analysis*

Abstrak. Kecanggihan teknologi pada era revolusi industri 5.0 telah merambah pada aspek pendidikan. Penggunaan ChatGPT atau yang biasa dikenal dengan AI sangat membantu pengguna dalam mendapatkan informasi, salah satunya penggunaan ChatGPT di kalangan pelajar dalam mengerjakan tugasnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan pengguna ChatGPT menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) di kalangan mahasiswa Universitas Amikom Purwokerto. Metode TAM digunakan untuk mengevaluasi dua variabel utama, yaitu *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU), serta pengaruhnya terhadap sikap pengguna (*Attitude Toward Using*), niat untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*), dan penggunaan aktual oleh pengguna (*Actual System Use*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, dimana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa Universitas Amikom Purwokerto. Hasil analisis menunjukkan bahwa PU dan PEOU memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap pengguna, yang memengaruhi niat untuk menggunakan ChatGPT yang akan mendorong pengguna untuk lebih sering menggunakan ChatGPT dalam aktivitas mereka.

Kata kunci: ChatGPT; Metode TAM; Analisis

1. LATAR BELAKANG

Kecanggihan teknologi pada era revolusi industri 5.0 telah merambah pada seluruh aspek bidang kehidupan, salah satunya pendidikan. Salah satu penggunaan ChatGPT (*Generative Pre-training Transformer*) atau yang biasa dikenal AI (*Artificial Intelligence*), yaitu kecerdasan buatan dengan memanfaatkan format teks percakapan layaknya dengan manusia dimana pengguna akan sangat merasa terbantu (Galantry & Tanaamah, 2024). Berdasarkan hasil survei Populix, ChatGPT menjadi AI yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu

sebesar 45%. Cara kerja ChatGPT dimulai dengan mengumpulkan beberapa informasi dari berbagai sumber seperti jurnal, koran, artikel yang sebelumnya pernah dimuat dalam internet dan akan diserap oleh ChatGPT yang kemudian disimpulkan dalam waktu yang singkat untuk diberikan kepada penggunanya (Rahayu Sukma Izzati Dasian & Desriyeni Desriyeni, 2024). Model kecerdasan buatan ini dapat menyelesaikan berbagai macam masalah dalam segala aspek (Alfarobi et al., 2024). Aspek pendidikan menjadi yang sangat mengambil manfaat dalam penggunaan ChatGPT di kalangan pelajar (Rahmawati & Agustina, 2024).

ChatGPT sebagai inovasi baru dalam dunia teknologi di perguruan tinggi yang mengubah lanskap pembelajaran di era perkembangan digital yang berkembang dengan kecerdasannya dalam melakukan berbagai hal, seperti membuat rangkuman, *translate*, dan menjawab berbagai pertanyaan (Afif et al., 2024). Survei *Perception of ChatGPT in Schools* yang dilakukan oleh lembaga study.com pada tahun 2023 mengenai penggunaan *chatbot* ChatGPT menunjukkan hasil bahwa 89% siswa memanfaatkan ChatGPT untuk mengerjakan PR, 48% untuk mengerjakan tes atau kuis dari rumah, 53% membuat tulisan ilmiah, serta 22% merancang *outline* tulisan. Dikutip dari Detik.com, Dosen Fakultas Hukum UGM Dina W Kariodimedjo, PhD menyatakan bahwa dampak besar penggunaan ChatGPT adalah banyak terjadinya kasus plagiarisme dan tugas yang tidak orisinal. Beberapa penelitian juga menyatakan terkait penggunaan ChatGPT yang berlebihan di kalangan mahasiswa atau pelajar yang dapat memberikan dampak negatif, seperti selalu bergantung pada kecanggihan teknologi yang dapat menimbulkan rasa malas dan kecanduan untuk menggunakannya karena penggunaannya yang instan (A'ini et al., 2024).

Pemanfaatan ChatGPT masih menjadi perdebatan internasional hingga sekarang (Niyu et al., 2024). Penelitian stanford banyak sekolah atau kampus menetapkan larangan terhadap penggunaan ChatGPT di dunia pendidikan. Isu etika dan privasi data menjadi perhatian utama dalam penggunaan AI di pendidikan (Ali et al., 2024). Adopsi ChatGPT di kalangan siswa dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mungkin meliputi, tidak terbatas pada persepsi mereka tentang kegunaan, kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan yang mereka miliki terhadap teknologi tersebut. Menganalisis faktor-faktor ini adalah penting untuk memahami bagaimana teknologi AI dapat iintegrasikan lebih efektif ke dalam proses pendidikan (Mariana et al., 2024).

Model TAM dipilih karena penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa model ini dapat menjadi dasar yang kuat untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan teknologi dengan mengeliminasi variabel yang tidak signifikan, sehingga dapat membuat model yang lebih terfokus dan efisien (Elfirdaus et al., 2024). *Technology Acceptance*

Model (TAM) bertujuan mengetahui dasar faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna (Purwandani & Syamsiah, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk menentukan faktor penerimaan ChatGPT dengan mengadopsi TAM di Universitas Amikom Purwokerto dengan menggunakan variabel dari metode TAM yaitu *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*.

2. KAJIAN TEORITIS

a. Analisis

Analisis menurut teori dari Sugiyono mencakup pengumpulan data, reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan yang dibahas sesuai dengan kajian (Purwati et al., 2022). Analisa dilakukan setelah mendapat data yang diperoleh sebelumnya dan memberikan penjelasan mengenai sebab akibat dari data yang diperoleh atau hasilnya agar mudah dipahami (Ikhsan, 2022).

b. *Technology Acceptance Model* (TAM)

TAM merupakan teori mengenai bagaimana teknologi yang ditawarkan dapat dipahami dan dipelajari melalui perilaku pengguna (Hidayat & Canta, 2022). TAM berasal dari pengembangan teori psikologis, dimana menjelaskan perilaku *user*, *computer*, *attitude*, *intention*, dan hubungan perilaku pengguna dalam dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi penerimaan IT oleh *user* (B. Santoso & Zusrony, 2020). TAM merupakan perluasan variabel eksternal dengan rincian penjelasan sebagai berikut (Herlina et al., 2023):

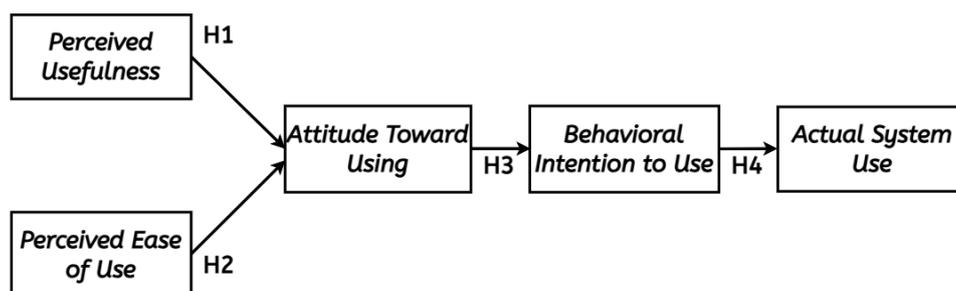
- 1) Perspektif Manfaat Menggunakan Teknologi (*Perceived Usefulness*), ketika konsumen percaya untuk menggunakan teknologi tersebut.
- 2) Perspektif Kemudahan Menggunakan Teknologi (*Perceived Ease of Use*), ketika konsumen mendapatkan kemudahan dalam menggunakan teknologi dan berulang.
- 3) Perilaku Menggunakan Teknologi (*Attitude Toward Using*), menunjukkan perilaku yang bersifat pro dan kontra dari penggunaan aplikasi tersebut.
- 4) Perilaku Niat Menggunakan Teknologi (*Behavioral Intention to Use*), menunjukkan kecenderungan konsumen akan mempromosikan penggunaan teknologi tersebut atau tidak.
- 5) Pemakaian Aktual (*Actual Use*), ketika konsumen memiliki kesenangan dan meningkatkan tingkat kinerja dari waktu pemakaian teknologi.

c. ChatGPT

ChatGPT menjadi salah satu bagian dari GPT (*Generative Pre-Trained Transformer*), dikenal karena kapasitasnya dalam memahami berbagai konteks dan menghasilkan kebutuhan pengguna (Zein, 2023). ChatGPT termasuk dalam AI yang dapat membantu pekerjaan manusia dalam menyelesaikan berbagai hal dan memiliki kecerdasan serta kemampuan memahami studi (Marlin et al., 2023).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuisisioner untuk menganalisis penerimaan ChatGPT di kalangan mahasiswa di Universitas Amikom Purwokerto. Populasi pada penelitian ini yaitu pengguna ChatGPT di kalangan mahasiswa menggunakan teknik *sampling* dengan perhitungan Slovin. Analisis dilakukan dengan menggunakan Technology Acceptance Model dengan aspek penilaian sistem berdasarkan aspek Technology Acceptance Model terdapat lima variabel yaitu Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Using, Attention to Use, dan Actual System Use. Kuisisioner diberikan melalui *google form* kepada mahasiswa Universitas Amikom Purwokerto dengan jumlah sampel yang diambil 100 responden yang sudah dikatakan layak dan telah memenuhi kebutuhan penelitian ini. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi faktor penerimaan ChatGPT menggunakan Technology Acceptance Model konsep model penelitian ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Konsep Model Penelitian

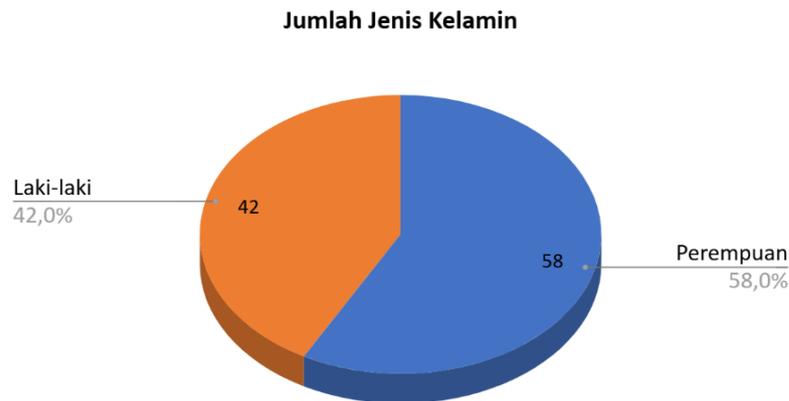
Berdasarkan *research* model penelitian pada gambar 1, maka dibuat hipotesis sebagai berikut:

- H1 : *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*
- H2 : *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*
- H3 : *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use*

H4 : *Behavioral Intention to Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use*

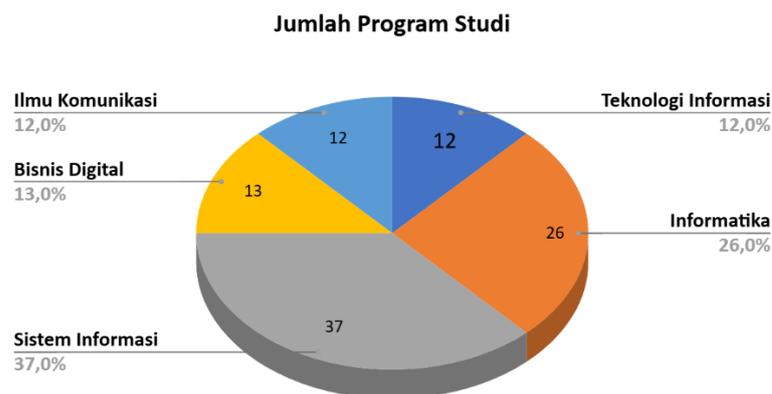
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 Mahasiswa di Universitas Amikom Purwokerto yang telah mengisi kuesioner melalui google form dengan karakteristik responden seperti pada gambar 2 dan gambar 3. Pada gambar 2 merupakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dengan rincian jumlah laki-laki 42 (42%) responden dan jumlah perempuan 58 (58%) responden.



Gambar 2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada gambar 3 merupakan karakteristik responden berdasarkan program studi dengan rincian Sistem Informasi 37 (37%), Informatika 26 (26%), Bisnis Digital 13 (13%), Teknologi Informasi 12 (12%), Ilmu Komunikasi 12 (12%).



Gambar 3. Responden Berdasarkan Usia

Evaluation of the Measurement Model (Outer Model)

Evaluasi model luar dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Suatu konstruk mempunyai nilai validitas dan reliabilitas yang baik. Validitas konvergen jika *loading factor* lebih dari 0,7 dan nilai AVE lebih dari 0,05. Sedangkan reliabilitas ditentukan oleh nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Suatu konstruksi dikatakan konsisten jika memiliki keandalan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* lebih tinggi dari 0,7. Tabel 1 menunjukkan bahwa semua indikator mempunyai faktor *Composite Reliability* lebih dari 0,7 dan AVE lebih dari 0,5. Ini berarti bahwa semua konstruk valid. Semua konstruk menghasilkan nilai *Composite Reliability* lebih dari 0,7 (H. Santoso et al., 2022). Oleh karena itu, konsistensi internal pada konstruk variabel laten telah terpenuhi.

Table 1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Actual System Use</i>	0.775	0.782	0.871	0.695
<i>Attitude Toward Using</i>	0.760	0.802	0.859	0.671
<i>Behavioral Intention to Use</i>	0.708	0.722	0.835	0.630
<i>Perceived Ease of Use</i>	0.729	0.736	0.846	0.647
<i>Perceived Usefulness</i>	0.870	0.880	0.920	0.794

Evaluation of the Structural Model (Inner Model)

Pengukuran hubungan antara konstruk eksogen dan konstruk endogen yang sedang dievaluasi disebut model bagian dalam. Dalam penelitian ini, evaluasi model internal meliputi *R-Square* dan *Goodness of Fit*.

1. *R-Square*

R-Square adalah pengukuran untuk memprediksi model akurasi. *R-Square* menunjukkan pengaruh gabungan konstruk eksogen terhadap konstruk endogen. Nilai berkisar antara 0 sampai 1 dengan kriteria lebih dari 0,67 substansial, 0,33-0,66 moderat, dan 0,19-0,31 lemah (H. Santoso et al., 2022).

Table 2. Hasil *R-Square*

	<i>R-Square</i>	Keterangan
<i>Actual System Use</i>	0.217	Lemah
<i>Behavioral Intention to Use</i>	0.504	Moderat
<i>Attitude Toward Using</i>	0.377	Moderat

Tabel 2 menunjukkan bahwa *Attitude Toward Using* sebesar 0,377 yang dikategorikan moderat. Hal ini berarti bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh sebesar 37,7% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel *Behavioral Intention to Use* sebesar 0,504 yang dikategorikan moderat. Hal ini berarti bahwa *Attitude Toward Using* berpengaruh sebesar 50,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel *Actual System Use* sebesar 0,217 yang dikategorikan lemah. Hal ini berarti bahwa *Behavioral Intention to Use* berpengaruh sebesar 21,7% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

2. *The Goodness of Fit*

Analisis digunakan untuk menunjukkan ketepatan secara keseluruhan dari model antara *outer model* dan *inner model*. Ketepatan model ditentukan dengan melihat nilai dari NFI. Nilainya berkisar antara 0 sampai 1. Model penelitian yang diajukan memiliki akurasi yang baik jika nilainya mendekati 1 (E. Santoso et al., 2021). Nilai NFI sebesar 0,660 berarti model yang diajukan memiliki akurasi sebesar 66%.

Tabel 3. *Goodness of Fit Model*

	Saturated Model
NFI	0.660

Hypothesis tests

Untuk mengetahui pengaruh dan signifikansi variabel eksogen terhadap variabel endogen dilakukan dengan melakukan uji bootstrapping, jika nilai P Value lebih kecil dari 0,05 atau nilai T statistik $> 1,97$ pada signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$; uji dua sisi), maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen (E. Santoso et al., 2021). Gambar 4 merupakan hasil pengujian bootstrapping dari research model.

Tabel 4. Hasil Pengujian *Bootstrapping* dari *Research Model*

	<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>Attitude Toward Using -> Behavioral Intention to Use</i>	0.710	0.711	0.056	12.672	0.000
<i>Behavioral Intention to Use -> Actual System Use</i>	0.466	0.474	0.102	4.580	0.000
<i>Perceived Ease of Use -> Attitude Toward Using</i>	0.382	0.395	0.090	4.228	0.000
<i>Perceived Usefulness -> Attitude Toward Using</i>	0.328	0.324	0.092	3.555	0.000

H1: *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*

Dari pengujian evaluasi model struktural, variabel *Perceived Usefulness* berpengaruh pada *Attitude Toward Using* dengan memiliki nilai T statistik $3,555 > 1,97$ dan Nilai P $0,000 < 0,05$. Nilai estimasi dari uji Original Sample adalah positif, yaitu 0,328. *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif dan dampak signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H1) diterima karena *Perceived Usefulness* dari ChatGPT yang tinggi dapat meningkatkan sikap positif pengguna terhadap penggunaan sistem. Kontribusi utama terletak pada kemampuan sistem dalam memberikan informasi yang relevan dan kemudahan dalam interaksi yang dirasakan pengguna.

H2: *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*

Dari uji evaluasi model struktural, *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh terhadap *Attitude Toward Using*. Nilai T statistiknya adalah $4,228 > 1,97$ dan Nilai P = $0,000 < 0,05$. Nilai estimasi Original Sample positif, yaitu 0,382. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* mempunyai pengaruh positif dan dampak signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) diterima karena kemudahan penggunaan ChatGPT yang dirasakan oleh pengguna dapat meningkatkan sikap positif mereka terhadap penggunaan sistem ini. Kontribusi utama terdapat dalam kemudahan navigasi serta antarmuka yang intuitif.

H3: *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use*

Dari uji evaluasi model struktural, pengaruh variabel *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* memiliki nilai T statistik = $12,672 > 1,97$ dan Nilai P = $0,000 < 0,05$. Nilai estimasi Original Sample bertanda positif, yaitu 0,710. Berdasarkan hasil analisis, variabel *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* pada pengguna ChatGPT. Dengan demikian, hipotesis kedua (H3) diterima karena *Attitude Toward Using* yang positif terhadap ChatGPT dapat meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan sistem tersebut. Kontribusi utama terdapat pada kenyamanan penggunaan sistem dan efektivitas respon yang diberikan.

H4: *Behavioral Intention to Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use*

Dari uji evaluasi model struktural, *Behavioral Intention to Use* memiliki pengaruh terhadap *Actual System Use* dengan nilai T statistik = 4,580 > 1,97 dan Nilai P = 0,000 < 0,05. Nilai estimasi sampel asli adalah 0,466. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *Behavioral Intention to Use* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Use* pada pengguna ChatGPT. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H4) diterima, karena *Behavioral Intention to Use* yang tinggi dapat meningkatkan penggunaan aktual oleh pengguna. Kontribusi utama dari hasil ini terdapat pada kemudahan penggunaan dan relevansi hasil jawaban yang diberikan oleh sistem ChatGPT, yang mendorong pengguna untuk lebih sering menggunakan platform ini dalam aktivitas mereka.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kecanggihan teknologi AI seperti ChatGPT memiliki potensi besar dalam mendukung aktivitas pendidikan, khususnya di kalangan mahasiswa Universitas Amikom Purwokerto. Berdasarkan analisis menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM), variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap pengguna (*Attitude Toward Using*). Sikap positif ini pada akhirnya meningkatkan niat untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) dan mendorong pengguna aktual (*Actual System Use*) ChatGPT dalam menyelesaikan tugas-tugas akademik. Hasil ini menegaskan pentingnya manfaat yang dirasakan dan kemudahan pengguna sebagai faktor kunci dalam penerimaan teknologi AI oleh mahasiswa. Sebagai saran, pengembang teknologi dapat terus meningkatkan UI dan fungsionalitas platform untuk memastikan pengalaman pengguna yang lebih optimal. Penelitian lebih lanjut juga disarankan untuk mengeksplorasi faktor eksternal lain yang dapat memengaruhi penerimaan teknologi AI dalam konteks pendidikan.

DAFTAR REFERENSI

- A'ini, F. N., Maghfiroh, I. S. E., & Mursityo, Y. T. (2024). Analisis faktor yang memengaruhi niat dan perilaku penggunaan ChatGPT pada mahasiswa menggunakan model UTAUT2 termodifikasi. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi, dan Edukasi Sistem Informasi (JUST-SI)*, 5(1), 1–12.
- Afif, I. R., Muktafa, M. Z., Naim, A., Nurlisa, A. T., & Ayuningtyas, S. M. (2024). Penerapan visual novel dari cerita rakyat asal usul Kota Pontianak. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 6(3), 133–145.
- Alfarobi, I., Hadi, S. W., Nur Rais, A., Warjiyono, W., & Kurniawan, W. (2024). Analisa penerimaan teknologi artificial intelligence generative dengan menggunakan metode UTAUT 2. *KESATRIA: Jurnal Penerapan Sistem Informasi (Komputer & Manajemen)*, 5(1), 195–201.
- Ali, M. K., Ali, A. M., & Hasanah, A. (2024). Efektivitas fitur ChatGPT, Gemini, dan Claude AI dalam membantu guru membuat bahan ajar. *PEDAGOGIC: Indonesian Journal of Science Education and Technology*, 4(1), 58–71.
- Elfirdaus, I., Suryanto, T. L. M., & Pratama, A. (2024). Penggunaan aplikasi Perplexity sebagai menggunakan simplifikasi technology acceptance model. *JITET (Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan)*, 12(3), 2547–2553.
- Galantry, L. A., & Tanaamah, A. R. (2024). Analysis of ChatGPT adoption using the UTAUT model. *Sistemasi*, 13(3), 1216–1225. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v13i3.4124>
- Herlina, Widyaningrum, D., & Theotista, G. (2023). Tipologi financial technology paylater: Technology acceptance model (TAM). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, 2(1), 207–216.
- Hidayat, T., & Canta, D. S. (2022). Analisis kepuasan pengguna terhadap penerapan aplikasi Tokopedia dengan menggunakan metode TAM. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(2), 472–478. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i2.4088>
- Ikhsan, M. Z. (2022). Identifikasi bahaya, risiko kecelakaan kerja dan usulan perbaikan menggunakan metode job safety analysis (JSA). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 42–52. <https://doi.org/10.55826/tmit.v1ii.13>
- Mariana, N., Jananto, A., Saefurrohman, S., & Utomo, A. P. (2024). Peran persepsi kegunaan, kemudahan, dan kepercayaan dalam adopsi ChatGPT oleh siswa. *Jurnal Informatika*, 24(1), 10–16. <https://doi.org/10.30873/ji.v24i1.3943>
- Marlin, K., Tantrisna, E., Mardikawati, B., Anggraini, R., & Susilawati, E. (2023). Manfaat dan tantangan penggunaan artificial intelligences (AI) ChatGPT terhadap proses pendidikan etika dan kompetensi mahasiswa di perguruan tinggi. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(6), 5192–5201.
- Niyu, N., Dwihadiah, D. G., & Purba, H. (2024). Penggunaan ChatGPT di kalangan mahasiswa dan dosen perguruan tinggi Indonesia. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 14(1), 130–145. <https://doi.org/10.35814/coverage.v14i2.6058>

- Purwandani, I., & Syamsiah, N. O. (2020). Analisa penerimaan dan penggunaan teknologi Google Classroom dengan technology acceptance model (TAM). *JARTIKA Jurnal Riset Teknologi dan Inovasi Pendidikan*, 3(2), 247–255. <https://doi.org/10.36765/jartika.v3i2.257>
- Purwati, P., Darisman, D., & Faiz, A. (2022). Tinjauan pustaka: Pentingnya menumbuhkan nilai toleransi dalam praksis pendidikan. *Jurnal Basicedu*, 6(3), 3729–3735. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i3.2733>
- Rahayu Sukma Izzati Dasian, & Desriyeni Desriyeni. (2024). Penerimaan teknologi ChatGPT di kalangan mahasiswa: Studi deskriptif model TAM pada mahasiswa program studi teknik informatika Universitas Negeri Padang. *Journal of Student Research*, 2(2), 178–201. <https://doi.org/10.55606/jsr.v2i2.2847>
- Rahmawati, E., & Agustina, C. (2024). Optimasi ulasan pengguna aplikasi ChatGPT di Google Play Store menggunakan SMOTE. *Jurnal Teknologi Informasi dan Terapan (J-TIT)*, 11(1), 1–6. <https://doi.org/10.25047/jtit.v11i1.360>
- Santoso, B., & Zusrony, E. (2020). Analisis persepsi pengguna aplikasi payment berbasis fintech menggunakan technology acceptance model (TAM). *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 11(1), 49–54. <https://doi.org/10.51903/jtikp.v11i1.150>
- Santoso, E., Arisyahidin, & Askafi, E. (2021). Pengaruh financial satisfaction dan financial knowledge terhadap financial behavior dengan locus of control sebagai variabel intervening saat terjadi wabah Covid-19 pada pegawai PT. Jasa Tirta Energi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(2), 441–457.
- Santoso, H., Akbar, Z., & Helmina, H. (2022). Analisis sistem informasi keberhasilan website siap ppdb online Dinas Pendidikan Provinsi Jambi dengan metode Delone and McLean. *Jurnal Informatika, Sistem Informasi dan Kehutanan (FORSINTA)*, 1(2), 1–11. <https://doi.org/10.53978/jfsa.v1i2.244>
- Zein, A. (2023). Dampak penggunaan ChatGPT pada dunia pendidikan. *JITU: Jurnal Informatika Utama*, 1(2), 19–24.