
Mengeksplorasi Prediktor Intensi Penggunaan *ChatGPT* untuk Penyelesaian Tugas Analisis Laporan Keuangan

Rizkullah Abu Salam^{1)*}, Binti Muchsini²⁾

^{1,2)}Program Studi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret

*Rizkullah Abu Salam

Email : rizkullahabusalam@student.uns.ac.id

binti_muchsini@staff.uns.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap intensi penggunaan *ChatGPT* dalam penyelesaian tugas analisis laporan keuangan pada mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Sebelas Maret. Penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional ini menggunakan teknik *simple random sampling* yang melibatkan 117 responden dari mahasiswa Pendidikan Akuntansi angkatan 2022 dan 2023 yang telah menempuh mata kuliah analisis laporan keuangan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dan regresi linear berganda dengan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *ChatGPT* ($\beta = 0,722$; $p < 0,001$), demikian pula *Perceived Ease of Use* ($\beta = 0,709$; $p < 0,001$). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *ChatGPT* ($F = 86,511$; $R^2 = 0,603$; $p < 0,001$), dengan kemampuan menjelaskan 60,3% variansi intensi penggunaan. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa kedua faktor tersebut merupakan prediktor yang signifikan terhadap intensi penggunaan *ChatGPT* dalam konteks tugas analisis laporan keuangan, memperluas validitas teori TAM pada konteks tugas akademik yang menuntut akurasi numerik tinggi.

Kata kunci: *ChatGPT*, Analisis Laporan Keuangan, *Intention to Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*

Abstract

This research seeks to gather empirical evidence about how *Perceived usefulness* and *Perceived Ease of Use* affect the intention to utilize *ChatGPT* for financial statement analysis tasks among Accounting Education students at Sebelas Maret University. This quantitative study, employing a correlational approach, utilized a simple random sampling method that included 117 respondents from the 2022 and 2023 cohorts of Accounting Education students who had completed the financial statement analysis course. Data were gathered through a questionnaire designed with a five-point Likert scale and analyzed using simple linear regression and multiple linear regression with SPSS version 27. The findings indicated that *perceived usefulness* positively and significantly influenced the intention to use *ChatGPT* ($\beta = 0.722$; $p < 0.001$), as did *perceived ease of use* ($\beta = 0.709$; $p < 0.001$). In tandem, these two variables positively and significantly affected the intention to use *ChatGPT* ($F = 86.511$; $R^2 = 0.603$; $p < 0.001$), accounting for 60.3% of the variance in usage intention. These results validate that both factors are important predictors of the intention to use *ChatGPT* in the realm of financial statement analysis tasks, thereby extending the applicability of the TAM theory to academic tasks requiring high numerical precision.

Keywords: *ChatGPT*, Financial Statement Analysis, *Intention to Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*

PENDAHULUAN

Integrasi kecerdasan buatan (AI) dalam pendidikan tinggi telah berkembang pesat, ditandai dengan adanya alat AI generatif seperti *ChatGPT*, yang saat ini menjadi bagian rutin kehidupan sehari-hari maupun akademik mahasiswa. Data terbaru menunjukkan 43% mahasiswa di Amerika Serikat telah menggunakan *ChatGPT* untuk keperluan akademik, mulai dari mencari referensi hingga menyusun kerangka tugas (Wang et al., 2024). Hal yang sama terjadi di Indonesia, di mana mahasiswa semakin sering memanfaatkan *ChatGPT* untuk mendiskusikan materi dan menjawab pertanyaan akademik (Manuel et al., 2025). Fenomena ini

mengindikasikan semakin tingginya intensitas penggunaan *ChatGPT* di kalangan mahasiswa untuk berbagai keperluan akademik.

Meskipun demikian, sejauh mana mahasiswa bergantung pada *ChatGPT* tidak seragam pada setiap jenis tugas. Tugas deskriptif berbeda dengan tugas yang menuntut penalaran numerik. Analisis laporan keuangan adalah contoh nyata salah satu kategori tugas tersebut, di mana memerlukan perhitungan matematis akurat, interpretasi data numerik cermat, serta penilaian analitis yang tepat juga mencakup perhitungan rasio likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, aktivitas, hingga interpretasi maknanya (Daeli et al., 2024).

Kompleksitas di atas memunculkan sebuah pertanyaan, apakah intensi mahasiswa menggunakan *ChatGPT* tetap berlaku pada tugas dengan beban numerik setinggi itu, dan faktor apa yang menjadi pendorongnya. Pertanyaan tersebut menjadi relevan dikarenakan *ChatGPT* ini memiliki sebuah keterbatasan dalam menangani data keuangan kompleks, salah satunya kecenderungan menghasilkan kesalahan faktual saat memproses data numerik yang tinggi (Khan & Umer, 2024). Keterbatasan ini memunculkan pertanyaan, apakah penilaian mahasiswa terhadap *ChatGPT* pada tugas berakurasi tinggi semata-mata bergantung pada kemudahan akses, atau juga dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan dan kegunaan *ChatGPT* tersebut. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa pengguna menjadi lebih kritis terhadap sistem yang mudah digunakan, ketika dihadapkan pada sesuatu yang menuntut akurasi tinggi (Malini & Irwansyah, 2025).

Kondisi itu terkonfirmasi secara empiris melalui Blondeel et al., (2025) yang menemukan bahwa mahasiswa akuntansi cenderung lebih jarang mengandalkan *ChatGPT* dan lebih memilih bantuan dari dosen atau asisten dosen ketika akurasi menjadi prioritas utama, sebagaimana tercermin dari penilaian mereka terhadap *ChatGPT* yang dianggap kurang berguna dan kurang memuaskan dibandingkan sumber bantuan lainnya. Hal serupa juga tergambar tergambar dari penelitian (Haugland Sundkvist & Kulset, 2024) terhadap mahasiswa bisnis dan akuntansi di Norwegia, mengungkapkan bahwa *ChatGPT* justru lebih jarang digunakan pada mata kuliah akuntansi dibandingkan mata kuliah lainnya. Menariknya, kepercayaan mahasiswa terhadap keluaran *ChatGPT* berperan penting dalam membentuk persepsi kebermanfaatannya, sementara ketidakpercayaan menjadi keluhan yang paling banyak disuarakan mahasiswa terkait penggunaan *ChatGPT*. Dengan kata lain, dalam konteks pembelajaran akuntansi, tinggi rendahnya penilaian mahasiswa terhadap kebermanfaatan *ChatGPT* tidak semata ditentukan oleh kemudahan penggunaannya, melainkan juga oleh sejauh mana mahasiswa yakin akan keandalan hasil yang diberikan. Meski demikian, penelitian tersebut masih berfokus pada penggunaan *ChatGPT* di mata kuliah akuntansi secara umum, dan belum menyentuh secara spesifik bagaimana intensi penggunaannya pada tugas analisis laporan keuangan, yang menuntut ketelitian perhitungan rasio dan interpretasi data keuangan yang jauh lebih tinggi.

Untuk mengkaji permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM), kerangka teori yang paling banyak digunakan untuk memahami adopsi teknologi individu. Intensi penggunaan dipandang sebagai prediktor utama dalam kerangka penerimaan teknologi (Ismail & Krishnanrwar, 2025), dan TAM menyatakan intensi tersebut dibentuk oleh dua konstruk utama yaitu *perceived usefulness* yang didefinisikan sebagai keyakinan bahwa teknologi akan meningkatkan kinerja tugas, dan *perceived ease of use* didefinisikan sebagai keyakinan bahwa penggunaannya bebas dari upaya berarti (Salim et al., 2025). Kedua konstruk tersebut terbukti mampu memprediksi intensi penggunaan berbagai teknologi, meski kekuatan prediksinya bervariasi tergantung jenis dan tujuan penggunaan teknologi (Sprenger & Schwaninger, 2021).

Temuan empiris mengenai peran dari kedua konstruk tersebut dalam memprediksi intensi penggunaan *ChatGPT*, masih tidak konsisten antar penelitian. Penelitian yang meneliti penerimaan *ChatGPT* pada mahasiswa Yordania, menemukan bahwa kedua konstruk berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan, namun penelitian ini terbatas hanya pada konteks pembelajaran umum tanpa mempertimbangkan tugas dengan analisis khusus

(Alshurideh et al., 2024). Penelitian lain pada tugas akademik umum menemukan *perceived usefulness* berpengaruh langsung, sementara *perceived ease of use* hanya berpengaruh tidak langsung yang melalui jalur kepuasan pengguna (Alshammari & Babu, 2025; Chai & He, 2025). Pola hubungan yang lebih kompleks ditemukan oleh Chen et al. (2025) dalam konteks penggunaan *humanoid* robot untuk pendidikan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh langsung terhadap intensi penggunaan, sedangkan *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* dan sikap pengguna, yang selanjutnya berkaitan dengan intensi penggunaan.

Pola yang berbeda ditemukan oleh Oyman et al. (2022), yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan aplikasi seluler berbasis *augmented reality*, sedangkan *perceived ease of use* tidak berpengaruh secara langsung. Selain itu, penelitian yang meneliti adopsi AI di perguruan tinggi Afrika Selatan, menemukan bahwa kedua konstruk tidak berpengaruh signifikan secara langsung, meski keduanya inti TAM (Ayanwale & Ndlovu, 2024). Di Indonesia, penelitian mengenai adopsi AI pada mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran UNS, menemukan bahwa meskipun *perceived usefulness* memengaruhi sikap, sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi, dan intensi justru terbentuk melalui jalur lainnya yaitu efektivitas pembelajaran (Ninghardjanti et al., 2026).

Perbedaan temuan di atas mengindikasikan bahwa kekuatan prediksi *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap intensi penggunaan *ChatGPT* tidak bersifat tetap, melainkan bergantung pada karakteristik tugas dan konteks penggunaannya. Studi-studi yang menunjukkan pengaruh langsung dan signifikan (Alshurideh et al., 2024; Chai & He, 2025; Ayanwale & Ndlovu, 2024 untuk *perceived usefulness*) umumnya dilakukan pada tugas akademik yang hasilnya relatif mudah diverifikasi mahasiswa, sehingga evaluasi terhadap manfaat dan kemudahan *ChatGPT* dapat dilakukan secara sederhana. Pola ini relevan dengan konteks analisis laporan keuangan, yang menuntut ketepatan perhitungan rasio dan interpretasi data numerik jauh lebih tinggi dibandingkan tugas akademik pada umumnya (Daeli et al., 2024), sehingga belum dapat dipastikan apakah mekanisme TAM yang berlaku pada tugas akademik umum akan tetap konsisten pada tugas dengan tuntutan numerik setinggi ini.

Secara keseluruhan, hubungan antara *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan intensi penggunaan *ChatGPT* sangat bergantung pada konteks. Masih terbatasnya penelitian yang secara spesifik mengkaji apakah kedua konstruk TAM tetap konsisten memprediksi intensi penggunaan *ChatGPT* pada tugas berbeban numerik dan analitis tinggi seperti analisis laporan keuangan. Penelitian di Indonesia masih terbatas pada konteks administrasi perkantoran dan pembelajaran umum, sementara penelitian luar negeri melibatkan populasi yang karakteristiknya belum tentu tergeneralisasi ke konteks pendidikan tinggi Indonesia. Kesenjangan ini menjadi relevan bagi mahasiswa Pendidikan Akuntansi, mengingat kompetensi analisis laporan keuangan merupakan capaian lulusan utama program studi ini.

Penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap intensi mahasiswa Pendidikan Akuntansi menggunakan *ChatGPT* untuk tugas analisis laporan keuangan di Universitas Sebelas Maret. Berbeda dari penelitian terdahulu yang menguji TAM pada konteks pembelajaran umum, penelitian ini secara spesifik menempatkan tugas analisis laporan keuangan sebagai konteks pengujian, mengingat tugas tersebut menuntut ketepatan perhitungan rasio keuangan dan interpretasi data numerik yang jauh lebih tinggi dibandingkan tugas akademik pada umumnya, sehingga menjadi konteks yang tepat untuk menguji apakah mekanisme prediktif inti TAM tetap konsisten berlaku pada kondisi yang menuntut akurasi tinggi.

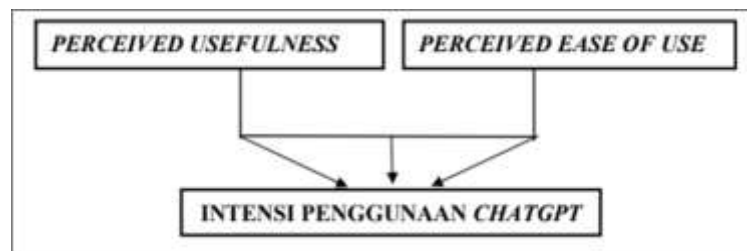
Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini dirumuskan ke dalam tiga pertanyaan, yaitu apakah terdapat pengaruh *perceived usefulness* terhadap intensi penggunaan *ChatGPT* dalam penyelesaian tugas analisis laporan keuangan, apakah terdapat pengaruh *perceived ease of use* terhadap intensi penggunaan *ChatGPT* dalam penyelesaian tugas tersebut, serta apakah kedua konstruk tersebut secara bersama-sama (simultan) berpengaruh

terhadap intensi penggunaan *ChatGPT* dalam penyelesaian tugas analisis laporan keuangan pada mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Sebelas Maret. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara parsial maupun simultan terhadap intensi penggunaan *ChatGPT*, guna memperjelas apakah mekanisme prediktif inti TAM tetap berlaku pada tugas yang menuntut akurasi numerik lebih tinggi dibandingkan tugas akademik umum, sekaligus memperkuat kajian TAM pada konteks tugas berdimensi numerik tinggi yang masih terbatas diteliti sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif untuk menganalisis pengaruh antara dua atau lebih variabel tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel tersebut. Variabel independen nya yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, terhadap variabel dependen yaitu intensi penggunaan *ChatGPT* dalam penyelesaian tugas analisis laporan keuangan. Responden dari penelitian ini yaitu mahasiswa Pendidikan Akuntansi angkatan 2022 dan 2023 yang telah menempuh mata kuliah analisis laporan keuangan. Untuk meningkatkan efisiensi dan fokus penelitian, digunakan teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan batas kesalahan 5%, sehingga diperoleh total sampel sebanyak 117 mahasiswa.

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala Likert yang terdiri atas lima alternatif jawaban yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Variabel independen diukur menggunakan 12 indikator dan variabel dependen diukur menggunakan 3 indikator. Analisis dan pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 27. Tahapan analisis penelitian ini meliputi uji validitas isi melalui *expert judgment*, lalu uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, linearitas, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas. Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi sederhana dan berganda. Adapun model pada penelitian ini digambarkan dalam kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Instrumen ini diadaptasi dari penelitian Ninghardjanti et al. (2026), dengan pertimbangan bahwa instrumen tersebut telah teruji reliabel, yaitu dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,898 untuk variabel *perceived usefulness*, 0,917 untuk variabel *perceived ease of use*, dan 0,854 untuk variabel intensi penggunaan. Pertimbangan tersebut menjadi dasar bagi peneliti untuk mengadaptasi instrumen ini tanpa mengubah struktur inti indikatornya. Item-item pernyataan kemudian disesuaikan konteksnya dari penggunaan AI secara umum menjadi penggunaan *ChatGPT* khususnya dalam penyelesaian tugas analisis laporan keuangan, dan untuk memastikan kesesuaian konteks hasil adaptasi tersebut, peneliti melakukan uji validitas isi melalui *expert judgment* oleh dosen ahli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan 117 responden dari Angkatan 2022 dan 2023 mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Universitas Sebelas Maret yang telah menempuh mata kuliah analisis laporan keuangan. Penyebaran data dilakukan menggunakan *google form* dengan responden sebanyak 117 mahasiswa yang diperoleh dengan menggunakan teknik *simpel random sampling*. Adapun karakteristik responden disajikan pada tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Demografi Responden

	<i>Categories</i>	<i>Frequency</i>	<i>Persentase (%)</i>
Jenis Kelamin	Perempuan	102	87,18
	Laki-laki	15	12,82
Angkatan	2022	69	58,97
	2023	48	41,03

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki intensi penggunaan *ChatGPT* pada kategori sedang, sedangkan kategori tinggi dan rendah memiliki proporsi yang lebih kecil. Temuan tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki kecenderungan sedang untuk menggunakan *ChatGPT* dalam penyelesaian tugas analisis laporan keuangan. Maka, mayoritas responden berada pada kategori intensi penggunaan yang sedang, dan menunjukkan bahwa keinginan menggunakan *ChatGPT* belum berada pada kategori tinggi. Analisis deskriptif tersebut diperjelas pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Interval Skor Intensi Penggunaan

No	Interval Skor	Frekuensi	Persentase	Kategori
1	$X < 8,82$	8	6,8%	Rendah
2	$8,82 \leq X < 12,84$	90	76,9%	Sedang
3	$12,84 \leq X$	19	16,2%	Tinggi
Total		117	100%	

Sumber: Data diolah, 2026

Selain itu, indikator *continuity* merupakan indikator dengan tingkat ketercapaian terendah dibandingkan indikator lainnya. Apabila dianalisis berdasarkan tiap indikator, maka indikator yang memberikan kontribusi terbesar adalah *capability* sebesar 35,68%. Indikator *desire* sebesar 32,60%, indikator *continuity* sebesar 31,72% merupakan kontribusi terendah. Temuan tersebut menjelaskan bahwa keinginan responden untuk terus menggunakan *ChatGPT* secara berkelanjutan relatif lebih rendah dibandingkan indikator intensi penggunaan lainnya. Apabila dianalisis berdasarkan tiap indikator, maka diperoleh hasil yang disajikan pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Deskriptif Indikator Intensi Penggunaan

No	Indikator	Frekuensi
1	<i>Desire</i>	32,60%
2	<i>Capability</i>	35,68%
3	<i>Continuity</i>	31,72%
Total		100%

Sumber: Data diolah, 2026

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah melalui proses *content validity* oleh *expert judgment* dan validitas penelitian terdahulu. Reliabilitas diadaptasi dari instrumen asli tanpa mengubah indikator maupun jumlah butir pernyataan. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60 , yatu sebesar 0,898 untuk *perceived usefulness*, 0,917 untuk variabel *perceived ease of use*, dan 0,854 untuk variabel intensi penggunaan.

B. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu data diuji menggunakan uji prasyarat analisis atau asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas menggunakan Kolmogorof-Smirnof, uji linearitas, multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas menggunakan Spearman's rho. Jika nilai signifikansi $>0,05$, maka data yang digunakan memiliki distribusi normal. Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,075 ($>0,05$), sehingga data berdistribusi normal.

Tabel 4. Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>	
<i>N</i>	117	
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.27205025
<i>Most Differences</i>	<i>Absolute</i>	.078
	<i>Positive</i>	.066
	<i>Negative</i>	-.078
<i>Test Statistic</i>	.078	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)^c</i>	.075	

Sumber: Data diolah, 2026

Uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi *deviation from linearity* sebesar 0,080 pada hubungan *Perceived Usefulness* terhadap intensi penggunaan dan 0,474 pada hubungan *Perceived Ease of Use* terhadap intensi penggunaan, sehingga kedua hubungan dinyatakan linear. Hubungan dianggap linear apabila nilai signifikansi $> 0,05$ dan sebaliknya. Hasil uji linearitas pada penelitian ini ditunjukan pada tabel 5 berikut.

Tabel 5. Uji Linearitas

	<i>Sig.</i>	Keterangan
Y*X1	0,080	Terdapat hubungan linear
Y*X2	0,474	Terdapat hubungan linear

Sumber: Data diolah, 2026

Selanjutnya, hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,512 ($>0,10$) dan nilai VIF sebesar 1,954 (<10), yang mengindikasikan tidak terjadi multikolinearitas. Terjadi masalah multikolinearitas ditunjukkan jika nilai $VIF < 10,00$ dan angka tolerance $> 0,10$ juga sebaliknya. Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 6 berikut.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

	<i>Colinearity Tolerance</i>	Statistics VIF
<i>Perceived Usefulness (X1)</i>	0,512	1,954
<i>Perceived Ease of Use (X2)</i>	0,512	1,954

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil uji heteroskedastisitas ini menggunakan Spearman's rho yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi korelasi antara *perceived usefulness* dengan *unstandardized residual* sebesar 0,635 dan nilai signifikansi korelasi antara *perceived ease of use* dengan *unstandardized residual* sebesar 0,976. Kedua nilai signifikansi masing-masing variabel tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model memenuhi asumsi homoskedstisitas, sehingga model dapat digunakan untuk analisis regresi linear berganda. Model regresi yang baik adalah ketika terjadi homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedasitas, hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 7 berikut.

Tabel 7. Uji Heteroskesdasitas

			<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Spearman's rho</i>	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	1.000	.620**	.044
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.	.000	.635
		<i>N</i>	117	117	117
	<i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	.620**	1.000	.003
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.	.976
		<i>N</i>	117	117	117
	<i>Unstandardized Residual</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	.044	.003	1.000
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.635	.976	.
		<i>N</i>	117	117	117

Sumber: Data diolah, 2026

C. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi sederhana variabel X1 terhadap Y diperoleh nilai konstanta sebesar 2,541 yang memiliki arti bahwa apabila variabel *perceived usefulness* bernilai nol atau konstan, maka intensi penggunaan diprediksi menjadi sebesar 2,541. Nilai koefisien regresi *perceived usefulness* sebesar 0,363 yang memiliki arti bahwa setiap peningkatan satu *perceived usefulness*, maka intensi penggunaan akan meningkat sebesar 0,363, artinya, semakin tinggi *perceived usefulness*, semakin tinggi pula intensi penggunaan *ChatGPT*. Uji t dan signifikansi yaitu, t hitung sebesar 11,185 lebih besar dari t tabel yang sebesar 1,658 (117 sampel dikurangi 3 variabel). Nilai signifikansi sebesar <0,001 berarti <0,05, maka Ho ditolak. Artinya, *perceived usefulness* berpengaruh signifikan positif terhadap intensi penggunaan *ChatGPT*.

Untuk regresi sederhana variabel X2 terhadap Y diperoleh nilai konstanta sebesar 1,651 memiliki arti bahwa apabila variabel *perceived ease of use* bernilai nol atau konstan, maka intensi penggunaan *ChatGPT* diprediksi menjadi sebesar 1,651. Nilai koefisien regresi *perceived ease of use* sebesar 0,403 yang memiliki arti bahwa setiap peningkatan satu *perceived ease of use*, maka intensi penggunaan akan meningkat sebesar 0,403, artinya, semakin mudah *ChatGPT* digunakan dalam penyelesaian tugas analisis laporan keuangan, semakin tinggi pula intensi penggunaan *ChatGPT*. Uji t dan signifikansi yaitu, t hitung sebesar 10,780 lebih besar dari t tabel yang sebesar 1,658 (117 sampel dikurangi 3 variabel). Nilai signifikansi sebesar <0,001 berarti <0,05, maka Ho ditolak, artinya, *perceived ease of use* berpengaruh signifikan positif terhadap intensi penggunaan *ChatGPT*. Berikut merupakan hasil uji analisis regresi linear sederhana variabel X1 terhadap Y dan variabel X2 terhadap Y.

Tabel 8. Uji Regresi Sederhana X1 terhadap Y

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std.Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	2,541	0,752		3,378	< 0,001
<i>Perceived Usefulness</i>	0,363	0,032	0,722	11,185	< 0,001

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel 9. Uji Regresi Sederhana X2 terhadap Y

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std.Error</i>	<i>Beta</i>		
(Constant)	1,651	0,862		1,916	0,058
<i>Perceived Usefulness</i>	0,403	0,037	0,709	10,780	< 0,001

Sumber: Data diolah, 2026

Nilai *standardized beta* sebesar 0,722, yang berarti menunjukkan *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang kuat terhadap intensi penggunaan (mendekati 1). Berdasarkan koefisien determinasi, diketahui nilai *R square* sebesar 0,521, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 terhadap Y adalah sebesar 52,1%, sementara sisanya 47,9% dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai *standardized beta* sebesar 0,709, yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh yang kuat terhadap intensi penggunaan (mendekati 1). Berdasarkan koefisien determinasi, diketahui nilai *R square* sebesar 0,503, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X2 terhadap Y adalah sebesar 50,3%, sementara sisanya 49,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Berikut merupakan tabel koefisien Determinasi variabel *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Tabel 10. Koefisien Determinasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
	0,722	0,521	0,517	1,403
	0,709	0,503	0,498	1,430

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda pada variabel X1 dan X2 terhadap Y, maka diperoleh persamaan regresinya yaitu $Y = 0,573 + 0,222X_1 + 0,227X_2 + e$. Dari persamaan tersebut diketahui nilai konstanta nya sebesar 0,573 yang menunjukkan nilai prediksi intensi penggunaan *ChatGPT* ketika *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* bernilai nol. Koefisien regresi *perceived usefulness* sebesar 0,222 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada *perceived usefulness*, dengan asumsi variabel *perceived ease of use* konstan, akan meningkatkan intensi penggunaan *ChatGPT* sebesar 0,222 satuan. Sementara itu, koefisien regresi *perceived ease of use* sebesar 0,227 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada *perceived ease of use*, dengan asumsi variabel *perceived usefulness* konstan, akan meningkatkan intensi penggunaan *ChatGPT* sebesar 0,227 satuan.

Berdasarkan nilai koefisien beta terstandarisasi, *perceived usefulness* memiliki nilai beta sebesar 0,443, sedangkan *perceived ease of use* memiliki nilai beta sebesar 0,400. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam model regresi yang melibatkan kedua variabel secara bersama-sama, *perceived usefulness* memiliki kontribusi relatif sedikit lebih besar terhadap intensi penggunaan *ChatGPT* dibandingkan *perceived ease of use*. Meskipun demikian, kedua variabel tetap menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara parsial. Berdasarkan uji ANOVA, diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2 secara bersama-sama (simultan) terhadap Y sebesar $<0,001 < 0,05$ dan nilai F-hitung $86,511 > F\text{-tabel } 3,08$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima dan H0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh X1,X2 secara simultan terhadap Y dan menjelaskan bahwa terdapat pengaruh

positif dan signifikan secara simultan antara *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap intensi penggunaan *ChatGPT*.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diketahui nilai *R square* sebesar 0,603. Hal tersebut mengandung arti bahwa pengaruh variabel *X1*, *X2* secara simultan terhadap *Y* adalah sebesar 60,3%, sementara sisanya 39,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,596 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan ukuran sampel, model mampu menjelaskan sebesar 59,6% variasi intensi penggunaan *ChatGPT*. Adapun nilai *R* sebesar 0,776 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara bersama-sama dengan intensi penggunaan *ChatGPT*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa intensi mahasiswa untuk menggunakan *ChatGPT* dalam penyelesaian tugas analisis laporan keuangan terbentuk melalui pertimbangan terhadap manfaat yang diperoleh dan kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan teknologi tersebut, berikut merupakan tabel uji regresi linear berganda dan koefisien determinasi serta uji ANOVA.

Tabel 11. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.573	.799		.717	.475
<i>Perceived Usefulness</i>	.222	.041	.443	5.363	<,001
<i>Perceived Ease of Use</i>	.227	.047	.400	4.845	<,001

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel 12. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	0,776 ^a	.603	.596	1.283

Sumber: Data diolah, 2026

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	284.880	2	142.440	86.511	<,001 ^b
Residual	187.701	114	1.646		
Total	472.581	116			

Sumber: Data diolah, 2026

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi variabel intensi penggunaan *ChatGPT* dalam penyelesaian tugas akademik analisis laporan keuangan pada mahasiswa Pendidikan Akuntansi. Ketika mahasiswa meyakini bahwa *ChatGPT* mampu meningkatkan produktivitas, mempercepat penyelesaian tugas, dan menghasilkan output yang lebih berkualitas dalam konteks analisis laporan keuangan, maka menurut TAM hal tersebut secara logis akan mendorong terbentuknya intensi penggunaan yang lebih kuat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang kuat terhadap intensi penggunaan *ChatGPT* dalam penyelesaian tugas analisis laporan keuangan.

Mahasiswa yang meyakini *ChatGPT* mampu meningkatkan efektivitas dan produktivitas dalam menyelesaikan tugas analisis laporan keuangan, maka cenderung memiliki intensi yang lebih kuat untuk menggunakannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Alshammari & Babu (2025) dan Chai & He (2025) yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan langsung signifikan terhadap intensi penggunaan *ChatGPT*.

dalam konteks tugas akademik. Alshurideh et al. (2024) juga menemukan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap intensi penggunaan *ChatGPT* pada mahasiswa di lingkungan pendidikan tinggi.

Dalam TAM, *perceived ease of use* berpengaruh terhadap intensi penggunaan melalui dua jalur sekaligus baik secara langsung membentuk intensi penggunaan, dan secara tidak langsung melalui *perceived usefulness*, karena teknologi yang mudah digunakan pada umumnya juga dipersepsikan lebih berguna. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa jalur langsung tersebut berlaku dalam konteks penggunaan *ChatGPT* untuk tugas analisis laporan keuangan. Mahasiswa yang merasakan bahwa *ChatGPT* mudah dipelajari, fleksibel, dan tidak membutuhkan banyak usaha kognitif tambahan, akan lebih terdorong untuk mengintegrasikannya ke dalam rutinitas akademiknya. Sesuai dengan prediksi TAM bahwa kemudahan penggunaan secara konsisten meningkatkan penerimaan teknologi, karena hambatan psikologis dalam mengadopsi teknologi baru menjadi lebih rendah ketika teknologi tersebut dinilai tidak mempersulit penggunaannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang merasa *ChatGPT* mudah dipelajari, mudah dioperasikan, dan fleksibel digunakan untuk berbagai keperluan akademik cenderung memiliki intensi yang lebih kuat untuk menggunakannya dalam penyelesaian tugas analisis laporan keuangan.

Kedua konstruk ini tidak berdiri sendiri-sendiri dalam membentuk intensi, melainkan saling melengkapi *perceived ease of use* berperan menurunkan hambatan psikologis dalam mengadopsi teknologi baru, sementara *perceived usefulness* memberikan justifikasi rasional atas penggunaan tersebut dengan meyakinkan pengguna bahwa teknologi memberikan manfaat nyata. Dalam kerangka TAM, intensi penggunaan yang kuat akan terbentuk secara optimal ketika pengguna sekaligus merasakan manfaat nyata sekaligus kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut. Dengan demikian, hasil pengujian simultan dalam penelitian ini membuktikan berlakunya mekanisme TAM tersebut dalam konteks spesifik penggunaan *ChatGPT* untuk tugas analisis laporan keuangan pada mahasiswa Pendidikan Akuntansi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intensi mahasiswa untuk menggunakan *ChatGPT* dalam penyelesaian tugas analisis laporan keuangan merupakan hasil dari evaluasi simultan terhadap kedua faktor tersebut. Mahasiswa yang sekaligus merasakan manfaat nyata dan kemudahan penggunaan *ChatGPT* dalam konteks tugas ini memiliki intensi yang lebih kuat dibandingkan apabila hanya satu faktor yang terpenuhi.

REFERENSI

- Al-Shaikhli, D. (2023). The effect of the tracking technology on students' perceptions of their continuing 10 intention to use a learning management system. *Education and Information Technologies*, 28(1), 343–371. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11156-8>
- Alshammari, S. H., & Babu, E. (2025). The mediating role of satisfaction in the relationship between *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* and students' behavioural intention to use ChatGPT. *Scientific Reports*, 15(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-025-91634-4>
- Alshurideh, M., Jdaitawi, A., Sukkari, L., Al-Gasaymeh, A., Alzoubi, H. M., Damra, Y., Yasin, S., Al Kurdi, B., & Alshurideh, H. (2024). Factors affecting ChatGPT use in education employing TAM: A Jordanian universities' perspective. *International Journal of Data and Network Science*, 8(3), 1599–1606. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2024.3.007>
- Ayanwale, M. A., & Ndlovu, M. (2024). Investigating factors of students' behavioral intentions to adopt chatbot technologies in higher education: Perspective from expanded diffusion theory of innovation. *Computers in Human Behavior Reports*, 14. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100396>
- Blondeel, E., Bullock, T., Gaskin, J., Schuetzler, R., Serre, R., Steffen, J., Wells, T. M., & Wood, D. A. (2025). The effects of generative artificial intelligence (GenAI) on learning in an accounting data analytics course. *Journal of Accounting Education*, 72. <https://doi.org/10.1016/j.jaccedu.2025.100987>
- Chai, S., & He, Z. (2025). Investigating Undergraduate Students' Acceptance of ChatGPT for Learning: A Technology Acceptance Model Perspective. 2025 7th International Conference on Computer

- Science and Technologies in Education, CSTE 2025, 596–600.
<https://doi.org/10.1109/CSTE64638.2025.11092270>
- Chen, X., Jiang, L., Zhou, Z., & Li, D. (2025). Impact of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness of humanoid robots on students' intention to use. *Acta Psychologica*, 258.
<https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105217>
- Daeli, A., Hutaaruk, R. A., M. B., & Silaen. K. (2024). Analisis Laporan Keuangan Sebagai Penilai Kinerja Manajeme PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen, 2(3), 158–168.
<https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i3.445>
- Haugland Sundkvist, C., & Kulset, E. M. (2024). Teaching accounting in the era of ChatGPT – The student perspective. *Journal of Accounting Education*, 69.
<https://doi.org/10.1016/j.jaccedu.2024.100932>
- Ismail, K., & Krishnanraw, J. (2025). Behavioral Intention to Use Artificial Intelligence (AI) Among Accounting Students: Evaluating the Effect of Job Relevance. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 27(3), 2025. Khan, M. S., & Umer, H. (2024). ChatGPT in finance: Applications, challenges, and solutions. *Heliyon*, 10(2). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e24890>
- Malini, K. P. H., & Irwansyah, M. R. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kegunaan terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 1–10. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>
- Manuel, Y. M., Aini, M., Putri Agustina, T., & Negeri Manado, U. (2025). Persepsi dan Sikap Siswa Terhadap Penggunaan Artificial Intelligence Students' Perceptions And Attitudes Toward The Use Of Artificial Intelligence In Essay Writing And Homework. <https://doi.org/10.24246/j.js.2025.v15.i1.p47-59>
- Ninghardjanti, P., Subarno, A., Winarno, & Umam, M. C. (2026). Evaluating AI adoption among university students in Indonesia: A case study at the Department of Office Administration Education at the Universitas Sebelas Maret. *Research and Practice in Technology Enhanced Learning*, 21(14). <https://doi.org/https://doi.org/10.58459/rptel.2026.21014>
- Oyman, M., Bal, D., & Ozer, S. (2022). Extending the technology acceptance model to explain how perceived augmented reality affects consumers' perceptions. *Computers in Human Behavior*, 128. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107127>
- Sprenger, D. A., & Schwaninger, A. (2021). Technology acceptance of four digital learning technologies (classroom response system, classroom chat, electures, and mobile virtual reality) after three months' usage. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 18(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-021-00243-4>
- Salim, S. J., Agustina, T., Jamilah Khairany, S., Mahasiswa Atas Kegunaan dan Kemudahan Teknologi Terhadap Adopsi Teknologi Kecerdasan Buatan dalam Akuntansi, P., Multi Data Palembang, U., Ekonomi dan Bisnis, F., Author, C., kunci, K., & Teknologi, K. (2025). Persepsi Mahasiswa Atas Kegunaan dan Kemudahan Teknologi Terhadap Adopsi Teknologi Kecerdasan Buatan dalam Akuntansi (Vol. 05, Number 02).
- Wang, S., Wang, F., Zhu, Z., Wang, J., Tran, T., & Du, Z. (2024). Artificial intelligence in education: A systematic literature review. In *Expert Systems with Applications* (Vol. 252). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2024.124167>