

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.5 Sistematika Penulisan	20
BAB II TELAAH PUSTAKA	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	22
2.1.2 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3</i> (UTAUT3)..	24
2.1.3 ChatGPT.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	44
2.4 Pengembangan Hipotesis	45
2.4.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Niat dalam Menggunakan ChatGPT.....	45
2.4.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT.....	46
2.4.3 Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT.....	47

2.4.4 Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT	49
2.4.5 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT	50
2.4.6 Pengaruh Nilai Harga terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT.....	51
2.4.7 Pengaruh Kebiasaan terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT.....	53
2.4.8 Pengaruh Keinovatifan Personal terhadap Niat Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT.....	54
2.4.9 Pengaruh Niat Perilaku terhadap Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT.....	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	57
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	57
3.1.1 Variabel Dependen.....	57
3.1.2 Variabel Independen	59
3.2 Populasi dan Sampel	66
3.2.1 Populasi.....	66
3.2.2 Sampel.....	67
3.3 Jenis dan Sumber Data	68
3.4 Metode Pengumpulan Data	68
3.4.1 Studi Pendahuluan (<i>Pilot Study</i>)	69
3.4.2 Pengujian <i>Non Response Bias</i>	70
3.5 Metode Analisis	70
3.5.1 Analisis Deskriptif	71
3.5.2 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	71
3.5.3 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	74
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	78
4.1 Study Pendahuluan (<i>Pilot Study</i>)	78
4.1.1 Uji Validitas	79
4.1.2 Uji Reliabilitas	80
4.2 Deskripsi Objek Peneltian.....	82

4.2.1 Demografi Responden.....	82
4.3 Statistik Deskriptif	84
4.3.1 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	84
4.3.1.1 Uji Nilai Muatan Indikator (<i>Outer Loadings</i>).....	90
4.3.1.2 Uji Reliabilitas Konsistensi Internal (<i>Internal Consistency Reliability</i>)	91
4.3.1.3 Uji Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	92
4.3.1.4 Uji Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>).....	93
4.3.3 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	95
4.3.3.1 Uji Kolinearitas Model Struktural (<i>Collinearity</i>).....	96
4.3.3.2 Uji Nilai Kekuatan Penjelaras (<i>R-Square</i>)	98
4.3.3.3 Uji Nilai Kekuatan Prediktif (<i>Q-Square</i>)	99
4.3.3.4 Uji Signifikansi dan Relevansi Hubungan Model Struktural.....	100
4.4 Interpretasi Hasil	105
4.4.1 Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Perilaku Pengguna ChatGPT	105
4.4.2 Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Niat Perilaku Pengguna ChatGPT	106
4.4.3 Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Niat Perilaku Pengguna ChatGPT	108
4.4.4 Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Niat Perilaku Pengguna ChatGPT.....	109
4.4.5 Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Niat Perilaku Pengguna ChatGPT	110
4.4.6 Pengaruh Nilai Harga terhadap Niat Perilaku Pengguna ChatGPT ...	111
4.4.7 Pengaruh Kebiasaan terhadap Niat Perilaku Pengguna ChatGPT	112
4.4.8 Pengaruh Inovasi Personal terhadap Niat Perilaku Pengguna ChatGPT	113
4.4.9 Pengaruh Niat Perilaku Terhadap Perilaku dalam Menggunakan ChatGPT.....	115
BAB V PENUTUP.....	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Keterbatasan.....	118

5.3	Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA		120
DAFTAR LAMPIRAN.....		127

