

PENERIMAAN PERPLEXITY PADA LINGKUP MAHASISWA MENGUNAKAN TEORI UTAUT

ACCEPTANCE OF PERPLEXITY BY STUDENTS USING UTAUT THEORY

**Anindya Sita Paramastri¹, Mahadevi Katarina Sabila²,
Fakhri Sabran Yunansah³, Bhagas Satrya Dewa⁴**

E-mail: 22082010137@student.upnjatim.ac.id¹, 22082010139@student.upnjatim.ac.id²,
22082010153@student.upnjatim.ac.id³, 22082010164@student.upnjatim.ac.id⁴

¹²³⁴Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan
Nasional Veteran Jawa Timur

Abstrak

Perplexity merupakan sebuah platform AI berbasis chatbot, menawarkan solusi canggih dalam memberikan informasi dan layanan kepada pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penerimaan dan penggunaan Perplexity di kalangan mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur, menggunakan kerangka analisis faktor-faktor UTAUT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor perceived ease of use dan information quality memiliki efek positif terhadap perplexity trust. Namun, performance expectancy dan social influence tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Implikasi penelitian ini adalah pentingnya memastikan kemudahan penggunaan dan kualitas informasi dalam meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap teknologi AI seperti Perplexity. Penelitian selanjutnya dapat memperluas kerangka konseptual untuk memperdalam pemahaman tentang adopsi teknologi AI dalam konteks pendidikan tinggi.

Kata kunci: *Perplexity, UTAUT, Chatbot, Kecerdasan Buatan*

Abstract

Perplexity is an AI-based chatbot platform that offers advanced solutions in providing information and services to users. This research aims to evaluate the acceptance and usage of Perplexity among students at UPN Veteran East Java, using the UTAUT framework analysis. The research findings indicate that perceived ease of use and information quality factors have a positive influence on perplexity trust, while performance expectancy and social influence have no significant impact. The implication of this research underscores the importance of ensuring user-friendliness and information quality to enhance user trust in AI technologies like Perplexity. Subsequent research can expand the conceptual framework to deepen the understanding of AI technology adoption in the context of higher education.

Keywords: *Perplexity, UTAUT, Chatbot, Artificial Intelligence*

1. PENDAHULUAN

Berbagai aspek kehidupan manusia telah diubah oleh kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi. Kini, berbagai teknologi baru ditemukan dan bermanfaat bagi pengembang dan pengguna. Salah satu aspek yang terpengaruh adalah pendidikan, yang bertujuan untuk menciptakan generasi baru yang mampu memanfaatkan teknologi terkini dan menggunakannya

dalam kehidupan sehari-hari. Kecerdasan buatan (AI) adalah salah satu teknologi yang berkembang pesat saat ini. AI adalah sistem atau teknologi pintar yang diciptakan oleh manusia dan memiliki kemampuan untuk meniru pemikiran dan perilaku manusia. AI dirancang untuk memfasilitasi dan mendukung kehidupan manusia dengan harapan bahwa teknologi ini akan memberikan kemudahan serta kontribusi yang besar dalam menjalani kehidupan sehari-hari [1]. Pendidikan, ekonomi, sains, politik, dan banyak lagi telah dipengaruhi oleh AI. Perplexity adalah sistem AI yang sangat populer saat ini yang menggabungkan kemampuan pemrosesan bahasa alami (Natural Language Processing, atau NLP) dengan algoritma pembelajaran mesin yang canggih [2]. Kecerdasan buatan (AI) yang akan kita bahas di jurnal ini adalah Perplexity, Perplexity adalah sebuah platform AI berbasis chatbot yang menawarkan fitur-fitur tingkat lanjut. Platform ini memberikan hasil pencarian yang tepat dan sesuai, serta menjelaskan sumber referensi yang digunakan dalam setiap jawaban. Selain itu, Perplexity juga menyediakan layanan rekomendasi yang dipersonalisasi, pengisian otomatis kueri, dan kemampuan pemrosesan bahasa alami (NLP). Pengguna dapat mengakses Perplexity melalui situs resmi mereka, dengan menggunakan model bahasa yang sama dengan ChatGPT. Model kecerdasan buatan ini memiliki banyak manfaat, seperti membantu pengguna menjawab pertanyaan dan menyelesaikan masalah, memberikan rekomendasi, dan menghasilkan teks kreatif. Keberhasilan teknologi ini akan diukur berdasarkan respon dan pengalaman pengguna, yang akan menentukan apakah teknologi ini dapat membantu dan memenuhi kebutuhan mereka. Pada penelitian serupa yang dilakukan oleh Arista Pratama (2023) sebelumnya yang membahas mengenai chatbot berbasis kecerdasan buatan, telah terbukti meningkatkan produktivitas mahasiswa dalam menyelesaikan tugas, memahami materi, dan memecahkan masalah akademik [3]. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa chatbot berbasis kecerdasan buatan efektif dalam meningkatkan produktivitas mahasiswa dengan memberikan jawaban yang tepat dan akurat, serta mendukung pembelajaran interaktif bagi mereka.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kemungkinan keberhasilan teknologi baru, seperti Perplexity, di kalangan mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur. Dan untuk memahami faktor-faktor yang mendorong penerimaan teknologi baru tersebut, yang didasarkan pada kerangka analisis faktor-faktor UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology), sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang adopsi teknologi dalam lingkungan akademik. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan Perplexity oleh mahasiswa, termasuk persepsi tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan, serta faktor-faktor kontekstual lain yang relevan. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan rekomendasi bagi pengembangan dan implementasi Perplexity yang lebih efektif di lingkungan UPN Veteran Jawa Timur, serta memberikan kontribusi yang berharga terhadap pemahaman kita tentang adopsi teknologi AI dalam pendidikan tinggi.

2. METODOLOGI

2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian dimulai dengan menentukan teknik pemilihan kuesioner. Setelah itu, populasi dan sampel penelitian diidentifikasi, dan kemudian proses pengolahan data dilakukan. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk memberikan gambaran atau penjelasan tentang peristiwa yang sedang terjadi dalam bentuk angka yang signifikan [4].

Untuk menilai kemungkinan keberhasilan teknologi baru, peneliti menggunakan teori "Unified of Acceptance and Use of Technology", yang ditemukan oleh Venkatesh et al. pada tahun 2003 [5]. Teori ini juga membantu memahami faktor-faktor yang mendorong perusahaan untuk mengadopsi teknologi baru. Dalam jurnal ini, empat indikator dinilai: Perceived Ease of Use,

Performance Expectancy, Social Influence, dan Information Quality. Diharapkan indikator-indikator ini berdampak positif pada Perplexity Trust.

Kepercayaan diperlukan agar perusahaan dapat mempercayai mitra bisnisnya. Kepercayaan ditentukan oleh banyak faktor interpersonal dan organisasi, seperti kompetensi, kejujuran, integritas, dan kebaikan. Persepsi terhadap kepercayaan berbeda-beda tergantung pengalaman masing-masing orang. Pengalaman pelanggan adalah respons kognitif dan emosional pelanggan secara umum terhadap kinerja perusahaan [6]. Untuk bisnis yang sukses, kepercayaan pelanggan harus diperhatikan. Perplexity meningkatkan kinerja pengguna saat melakukan semua tugas mereka menggunakan fitur yang tersedia di Perplexity.

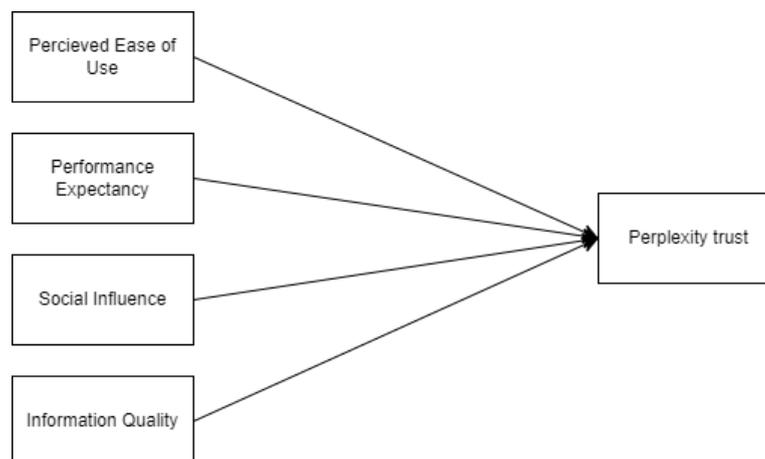
Perceived Ease of Use (PEU) mengacu pada kepercayaan seseorang atau organisasi terhadap sistem yang membantu terbebas dari pekerjaan. PEU merupakan faktor penting yang mempengaruhi niat masyarakat yang menggunakan sistem teknologi informasi. PEU terdiri dari beberapa dimensi; Navigasi yang mudah, respon cepat, tampilan atau antarmuka pengguna yang jelas, dan akses kapan saja di mana saja [7].

Performance Expectancy (PE) adalah tingkat kepercayaan individu dalam menggunakan suatu sistem [8]. PE merupakan faktor penting yang berpengaruh pada kemudahan penggunaan sistem teknologi informasi dan penggunaan yang efektif.

Social Influence adalah suatu konsep yang menggambarkan kepercayaan individu atau organisasi bahwa orang-orang yang mereka kenali dan yang sering digunakan menggunakan suatu sistem atau teknologi akan mengurangi resistensi mereka dalam menggunakan sistem tersebut. seseorang memutuskan untuk menggunakan teknologi tertentu karena dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya. Contohnya, seseorang mungkin mulai menggunakan sebuah aplikasi pesan karena teman-temannya sudah banyak yang menggunakan aplikasi tersebut. Fenomena ini dikenal dengan istilah social influence [5].

Information Quality adalah suatu konsep yang menggambarkan kepercayaan individu atau organisasi bahwa informasi yang diberikan oleh sistem atau teknologi adalah akurat, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan mereka. Information Quality mempengaruhi behavioral intention atau tingkat keinginan individu atau organisasi untuk menggunakan sistem teknologi informasi [4]. Adapun kerangka penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut.

Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian



2.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah area umum yang terdiri dari objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti dan dari mana kesimpulan dibuat. Populasi penelitian ini terdiri dari mahasiswa UPN “veteran” asal Jawa Timur yang menggunakan website Perplexity. Sampel adalah sebagian dari populasi dan karakteristiknya. Misalnya, jika populasinya terlalu besar, peneliti tidak dapat mempelajari seluruh populasi karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana. Menurut Hair et al. (2010), jumlah sampel representatif didasarkan pada jumlah indikator dikalikan 5–10. Oleh karena itu, ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 25 \times 5 \\ &= 125 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, sampel minimum yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 125 sampel.

Tabel 1. Informasi Demografi Responden

Variabel	Profil	Jumlah	Persentase %
Jenis Kelamin	Laki-laki	62	49.6
	Perempuan	63	50.4
Fakultas	FEB	30	24
	FAD	12	9.6
	FH	9	7.2
	FK	2	1.6
	FT	29	23.2
	FISIP	34	27.2
	FAPERTA	9	7.2
Program Studi	Ekonomi Pembangunan	10	8
	Manajemen	7	5.6
	Akuntansi	10	8
	Kewirausahaan	3	2.4
	Arsitektur	8	6.4
	Desain Komunikasi Visual	3	2.4
	Ilmu Hukum	9	7.2
	Kedokteran	2	1.6
	Teknik Sipil	4	3.2
	Teknik Industri	6	4.8
	Teknologi Pangan	8	6.4
	Teknik Mesin	13	10.4
	Pariwisata	2	1.6
	Ilmu Komunikasi	8	6.4
	Hubungan Internasional	5	4
	Administrasi Publik	13	10.4
	Administrasi Bisnis	5	4
Agribisnis	3	2.4	
Agroteknologi	6	4.8	
Angkatan	2020	3	2.4
	2021	14	11.3
	2022	60	48.4
	2023	47	37.9

Penggunaan Perplexity	Sering	78	62.9
	Jarang	41	33.1
	Tidak Pernah	5	4

2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel purposive atau non-probability digunakan dalam penelitian ini. Peneliti harus mengevaluasi populasi yang digunakan sebelum memilih sampel [9]. Standar yang dibuat oleh peneliti digunakan dalam metode ini untuk menguji sampel. Salah satu ciri responden survei adalah sebagai berikut: a) Responden adalah mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur; b) Responden berusia antara 18 dan 25 tahun; dan c) Responden menggunakan AI Perplexity.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar secara offline dan di media sosial seperti Whassapp, Instagram, dan Twitter dengan menggunakan Google Forms. Kuesioner yang terkumpul akan digunakan sebagai data primer. Kuesioner terdiri dari 25 pernyataan dan terdiri dari dua bagian. Survei dimulai dengan pertanyaan tentang NPM, gender, dan fakultas responden. Selanjutnya, jawaban dievaluasi menggunakan skala Likert dari 1 hingga 5, di mana skor 1 menunjukkan sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Pernyataan yang dibuat dipengaruhi oleh variabel seperti perplexity trust, perceived ease of use, performance expectancy, social influence, dan information quality.

2.5 Teknik Analisis Data

Selama uji coba ini, Structural Equation Modeling (SEM) digunakan sebagai alat analisis statistik. Untuk menguji instrumen penelitian, masing-masing kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya. Sementara reliabilitas instrumen dinilai dengan menggunakan Cronbach's Alpha, validitas instrumen dianggap memenuhi jika nilai loading factor lebih besar dari 0,55. Kami menggunakan program statistik Amos untuk membuat analisis SEM. Amos memungkinkan untuk menyesuaikan model dengan data yang ada. Amos menyediakan ukuran goodness-of-fit untuk menilai model fit [10]. Setelah mengevaluasi keselarasan model, hipotesis Amos diuji. Ini dilakukan untuk menemukan hipotesis yang secara teoritis sebanding dengan hasil program aplikasi Amos [11].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini menggunakan analisis data Structural Equation Modeling (SEM). SEM adalah model linier umum, dan versi 26 dari AMOS SPSS memberi para peneliti kemampuan untuk menguji berbagai persamaan secara bersama-sama [12]. Setiap pertanyaan survei diuji validitas dan reliabilitasnya dalam pengujian instrumen penelitian. Dalam penelitian ini, item dianggap valid jika nilai faktor loadingnya lebih besar dari 0,55. Di sisi lain, reliabilitas instrumen dinilai menggunakan Cronbach's alpha. Hasil dari model struktural yang digunakan untuk menghitung nilai faktor loading untuk setiap item dari pertanyaan variabel penelitian berikut:

3.1 Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai Signifikansi	Kesimpulan
Perplexity Trust (PT)	PT1	0.521	Valid
	PT2	0.516	Valid
	PT3	0.526	Valid
	PT4	0.528	Valid

	PT5	0.526	Valid
Perceived Ease Of Use (PEOU)	PEOU1	0.657	Valid
	PEOU2	0.641	Valid
	PEOU3	0.632	Valid
	PEOU4	0.637	Valid
	PEOU5	0.757	Valid
Performance Expectancy (PE)	PE1	0.579	Valid
	PE2	0.720	Valid
	PE3	0.708	Valid
	PE4	0.673	Valid
	PE5	0.777	Valid
Social Influence (SIF)	SIF1	0.560	Valid
	SIF2	0.611	Valid
	SIF3	0.555	Valid
	SIF4	0.531	Valid
	SIF5	0.607	Valid
Information Quality (IQ)	IQ1	0.706	Valid
	IQ2	0.719	Valid
	IQ3	0.770	Valid
	IQ4	0.709	Valid
	IQ5	0.765	Valid

Dari tabel 2 dapat dinyatakan bahwa semua item pernyataan valid dalam variabel Perplexity Trust, Perceived ease of use, Performance expectancy, Social influence, dan Information quality yang menghasilkan nilai validitas sebesar 0,174 (lebih dari 0,174).

3.2 Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	N of Items	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Perplexity Trust (PT)	5	0.998	Reliabel
Perceived Ease Of Use (PEOU)	5	0.933	Reliabel
Performance Expectancy (PE)	5	0.908	Reliabel
Social Influence (SIF)	5	0.861	Reliabel
Information Quality (IQ)	5	0.922	Reliabel

Dari tabel 3 dinyatakan bahwa setiap item pernyataan yang termasuk dalam variabel Perplexity Trust, Perceived ease of use, Performance expectancy, Social influence, dan Information quality memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,60 (sekurang-kurangnya 0,60). Nilai ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang dipakai untuk mengevaluasi variabel tersebut dianggap reliabel atau layak digunakan.

3.3 Uji Goodness-of-Fit

Tabel 4. Uji Goodness-of-Fit

Jenis Pengukuran	Pengukuran	Nilai	Kesimpulan
Absolute Fit Measure	Chi Square	893.491	Poor Fit
	RMSEA	0.195	Poor Fit

	Sig Probability	0.000	Poor Fit
Incremental Fit Measure	GFI	0.812	Marginal Fit
	IFI	0.971	Goodness of Fit
	NFI	0.826	Marginal Fit
	TLI	0.906	Goodness of Fit
	CFI	0.870	Marginal Fit
	RFI	0.803	Marginal Fit
Parsimonious Fit Measure	CMN/DF	1.672	Goodness of Fit

Dari tabel 4 diatas, dapat dikatakan bahwa model penelitian dapat dinyatakan lolos karena terdapat beberapa pengukuran yang mengkonfirmasi goodness of fit nilai IFI, TLI, dan CMN/DF. Oleh karena itu, kita melanjutkan ke tahap uji selanjutnya yaitu pengujian hipotesis.

3.4 Uji Hipotesis

Tabel 5. Uji Hipotesis

Hipotesis	Estimate	P-Value	Keputusan
Perceived Ease of Use (H1)	0.515	0.044	Didukung
Performance Expectancy (H2)	0.002	0.997	Tidak didukung
Social Influence (H3)	-0.119	0.545	Tidak didukung
Information Quality (H4)	0.304	0.038	Didukung

Dari tabel 5 dinyatakan bahwa uji hipotesis AMOS. Pertama, variabel kemudahan penggunaan persepsi memiliki dampak positif terhadap perplexity trust, dengan nilai signifikansi estimasi sebesar 0,044 di bawah 0,05 dan nilai estimasi 0,515. Kedua, variabel ekspektasi kinerja tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap perplexity trust, dengan nilai signifikansi estimasi sebesar 0,997 di atas 0,05, sehingga H2 tidak didukung. Ketiga, variabel pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan dengan perplexity trust, dengan nilai signifikansi estimasi sebesar 0,038 di bawah 0,05 dan nilai estimasi 0,304. Keempat, variabel kualitas informasi memiliki pengaruh yang positif terhadap perplexity trust, dengan nilai estimasi sebesar 0,034. Akibatnya, H4 didukung; dengan kata lain, variabel kualitas informasi berdampak positif pada perplexity trust.

3.5 Pembahasan

Pengaruh Perceived Ease Of Use terhadap Perplexity Trust

Hipotesis pertama (H1) dapat dikatakan bahwa perceived ease of use berpengaruh positif terhadap Perplexity Trust, dan mendukung penelitian sebelumnya [1]. Ketika para pengguna merasa tidak ada kesulitan dalam menggunakan berarti Perplexity merupakan sebuah teknologi yang mudah dalam penggunaan. Analisis data dalam penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan pemahaman tentang sejauh mana pengguna merasakan kemudahan penggunaan Perplexity, serta bagaimana persepsi ini terkait dengan berbagai aspek pengalaman pengguna. Jika hasil penelitian mendukung hipotesis ini, hal tersebut dapat menjadi landasan untuk mengembangkan antarmuka yang lebih intuitif dan strategi lainnya untuk meningkatkan kemudahan penggunaan Perplexity. Dengan demikian, dapat meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan [13].

Pengaruh Performance Expectancy terhadap Perplexity Trust

Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan meningkatkan kemampuannya dalam melakukan pekerjaan atau tugasnya. Dengan kata lain, ekspektasi kinerja mencakup harapan terhadap kualitas kinerja sistem serta keyakinan terhadap manfaat yang akan diperoleh individu dari penggunaannya dalam konteks pekerjaan atau aktivitas yang dijalani [14]. Hipotesis kedua (H2) tidak memiliki pengaruh dan keterkaitan terhadap Perplexity Trust. Hal tersebut mengindikasikan bahwa ketika jumlah responden yang memiliki keyakinan terhadap kemampuan sebuah aplikasi dalam meningkatkan pengetahuan mereka semakin banyak, maka tingkat keinginan individu untuk mengadopsinya juga akan meningkat secara proporsional [15].

Pengaruh Social Influence terhadap Perplexity Trust

Faktor-faktor yang mendorong minat pengguna sistem meliputi pengaruh dari lingkungan sekitar dan dukungan yang diberikan oleh lingkungan tersebut. Dengan kata lain, interaksi dan persepsi positif dari orang-orang di sekitarnya memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan pengguna terhadap penggunaan sistem tersebut [16]. Hipotesis ketiga (H3) tidak memiliki pengaruh dan keterkaitan terhadap Perplexity Trust. Pada uji di atas menunjukkan bahwa ketika pengaruh sosial tidak signifikan, hal itu menandakan bahwa pengaruh dari interaksi sosial terhadap keinginan pengguna dalam menggunakan Perplexity tidak memiliki dampak yang berarti [17].

Pengaruh Information Quality terhadap Perplexity Trust

Kualitas informasi pada sebuah teknologi memerankan pengaruh besar pada pengguna [18] Informasi, layanan, dan fitur utama yang ditawarkan oleh Perplexity tersebut dengan cara yang jelas dan mudah dipahami oleh semua pengguna. Perplexity adalah teknologi berkualitas dan relevan yang memberikan pengalaman memuaskan kepada pengguna dan meningkatkan potensi konversi dan keterlibatan pengguna [19]. Pada uji di atas membuktikan bahwa hipotesis keempat (H4) memiliki pengaruh terhadap Perplexity Trust dan mendukung penelitian sebelumnya [1]. Kualitas informasi yang terdapat dalam Perplexity tercermin dari ketersediaan informasi yang akurat dan terstruktur dengan baik. Dalam hal ini, ketersediaan informasi yang terorganisir memegang peran paling sentral dalam menilai kualitas informasi tersebut [20].

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *information quality* meningkatkan *perplexity trust*. Dengan kata lain, jika pelanggan merasa nyaman menggunakan Perplexity, mereka dapat menggunakannya dengan mudah. Selain itu, konsumen memperoleh informasi berkualitas tinggi dari kerumitan, yang dapat meningkatkan kepercayaan orang terhadap data yang kompleks atau sulit dipahami. Sebaliknya, hasil analisis *performance expectancy* tidak mempengaruhi *perplexity trust*. Artinya, konsumen tidak memiliki pengalaman yang lebih dengan ketidakpastian sehingga mereka tidak melihat manfaat yang dirasakan. Selain itu, hasil analisis *social influence* juga tidak mempengaruhi *perplexity trust*. Ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak percaya pada pengaruh dan opini orang lain tentang kompleksitas kepuasan dirinya. Oleh karena itu, penelitian ini menunjukkan hubungan positif antara *perceived ease of use* dan *information quality* terhadap *perplexity trust*. Jika pelanggan tidak mengalami kesulitan saat menggunakan Perplexity, mereka akan merasa nyaman menggunakannya dan dapat mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Karena Perplexity adalah teknologi *search engine* yang didasarkan pada AI, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami cara menggunakannya dengan benar. Karena itu, kerangka konseptual peneliti dapat diperluas dengan menambahkan variabel seperti kepuasan pelanggan, kualitas sistem, dan pengalaman pelanggan.

5. DAFTAR RUJUKAN

- [1] Fiyya S. (2023). Initial Chatbot Trust Menggunakan Teori Utaut Terhadap Perceived Ease Of Use. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis(JEKOMBIS)*Vol.2, No.2 Mei 2023, Hal 63-77.
- [2] Muaddyl Akhyar, (2023). Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Perflexity AI dalam penulisan tugas mahasiswa pascasarjana. *darah Tarbawiyah:Journal of Management in Islamic Education*Vol. 4 No. 2(2023), hlm. 219-228.
- [3] Muhammad Nur Rachman Nidhi Suryono, Rommy Esvaldo Bhagaskara, Muhammad Aldi Pratama, & Arista Pratama. (2023). Analisis Pengaruh ChatGPT Terhadap Produktivitas Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 364-373. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v3i1.511>
- [4] S. Sugiyono, P. Lestari (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [5] Faroqi, A., Suryanto, T. L. M., Kartika, D. S. Y., Pratama, A., Mukaromah, S., & Hidayat, M. T. (2022). Analisis penerimaan dan penggunaan aplikasi ujian online sekolah [Analysis of acceptance and use of school online exam applications]. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi (SITASI) 2022* (Hal. 280). Surabaya. ISSN (Online) 2828-786X.
- [6] Alaa M. Momani, (2021). The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A New Approach in Technology Acceptance. *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development (IJSKD)* 12(3).
- [7] Rosyad, S., & Harsono, M. (2021). Pentingnya Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use dalam Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 5(1), 86-89.
- [8] Ferary, S. A., Bias, A. B. F., Khoiriyah, K. N., & Fandi, R. S. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN APLIKASI PEDULILINDUNGI DENGAN METODE UTAUT 2. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 21 - 30. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v2i1.260>.
- [9] Nuralim, A. (2023). Evaluasi Terhadap Populasi dan Menyaring Sampel Yang Sesuai. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Alam dan Teknologi*, 2(1), 1-5.
- [10] Fahira S., (2023). Pengaruh Manajemen Rantai Pasok Kolaboratif Terhadap Kinerja Operasional Yang Dimediasi Oleh Kapabilitas Operasional Pada Perusahaan Otomotif Di Kota Tangerang, 2(4), 923-940.
- [11] Sutnono , S., & Sukaisih D. (2022). Analisis Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Pegawai dengan Motivasi Kerja sebagai Variabel Intervening Di Kantor Sekretariat Daerah Kabupaten Demak, 1(3), 216-230.
- [12] Joel Collier (2020). *Applied Structural Equation Modeling using AMOS. Basic to Advanced Techniques. Basic to Advanced Techniques*, 1st Edition.
- [13] Ajeng Ayu W., (2024). Perceived Ease Of Use and User Experience Using Chat GPT. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, Volume 7, No. 1, Januari – Juni 2024, Hal 52-75.
- [14] Zakiy Anugrah, (2024). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence Pada Behavioral Intention Aplikasi Gojek di Kabupaten Garut. *ANALYSIS: Accounting, Management, Economics, and Business*, Vol. 2, No. 1.
- [15] Fariza Nanda S., (2024). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Dan Perilaku Penggunaan Learning Management System Dengan Model UTAUT. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, Volume 4 Nomor 2, Page 2246-2257.
- [16] Roviana H. Dai, (2024). Penerapan Metode UTAUT Dalam Menganalisis Tingkat Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Kearsipan Dinamis Terintegrasi (Srikandi).

- Digital Transformation Technology (Digitech), Volume 4, Number 1.
- [17] Rifat H. Aditya, (2023). Analisis Penerimaan Pengguna Terhadap Penggunaan Sistem Surat Manajemen Elektronik Menerapkan Model UTAUT. *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*, Vol 3, No 6, Hal 1040-1048.
 - [18] Tarigan, (2022). Pengaruh System Quality, Information Quality, Service Quality, dan Security Control Terhadap User Satisfaction, *PARAHYANGAN ACCOUNTING REVIEW 1*, Volume 1, 17-35.
 - [19] Abu Muna A., (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Commerce. *Cogito Smart Journal*, VOL. 7, NO 2.
 - [20] Yuni Kasmawati, (2022). Peran Integrasi Model UTAUT dan TFF untuk Kepuasan Pengguna E-Learning. *Jurnal Ekobistek*, Vol.11, No.3, Hal:222-227.