



Hubungan *Perceived Ease of Use* dan *Artificial Intelligence Adoption*: Peran *Perceived Usefulness* sebagai Mediator

Adeline Putri Kurniawan¹, FX Kurniawan Tjakrawala H²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Akuntansi, Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

Email: [1adeline13putri@gmail.com](mailto:adeline13putri@gmail.com), [2*kurniawant@fe.untar.ac.id](mailto:kurniawant@fe.untar.ac.id)

(* : corresponding author)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Artificial Intelligence Adoption* dengan *Perceived Usefulness* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa akuntansi di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner daring yang disebarluaskan menggunakan teknik *purposive sampling* kepada 251 responden. Analisis data dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS untuk mengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness* dan *Artificial Intelligence Adoption*. Selain itu, *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Artificial Intelligence Adoption* serta terbukti mampu memediasi hubungan antara *Perceived Ease of Use* dan *Artificial Intelligence Adoption*.

Kata Kunci: Adaptasi Kecerdasan Buatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat yang Dirasakan, Mahasiswa Akuntansi

Abstract

This study aims to examine the influence of Perceived Ease of Use on Artificial Intelligence Adoption, with Perceived Usefulness serving as a mediating variable among accounting students in Indonesia. The research employs a quantitative descriptive method, utilizing primary data collected via online questionnaires distributed through a purposive sampling technique to 251 respondents. Data analysis was conducted using the Structural Equation Modeling (SEM) approach with SmartPLS software. The findings indicate that Perceived Ease of Use has a positive and significant effect on both Perceived Usefulness and Artificial Intelligence Adoption. Furthermore, Perceived Usefulness has a positive and significant impact on Artificial Intelligence Adoption and is proven to mediate the relationship between Perceived Ease of Use and Artificial Intelligence Adoption.

Keywords: Artificial Intelligence Adoption, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Accounting Students

1. PENDAHULUAN

Dunia akuntansi telah mengalami transformasi besar sebagai akibat dari pertumbuhan pesat AI. Sekarang, AI dapat melakukan tugas rutin seperti entri data, rekonsiliasi, dan analitik dasar dengan lebih efisien dan akurat daripada proses manual [1]. Sebagaimana dinyatakan oleh [2], integrasi ini membuat pekerjaan administratif menjadi lebih mudah. Selain itu, akuntan modern membutuhkan keterampilan yang lebih khusus, dengan *demand* profesi yang mulai beralih ke peran analis strategis berbasis data. Akibatnya, kemampuan seseorang untuk memahami dan mengadopsi teknologi AI sangat penting untuk keberhasilan masa depan akuntan [3].

Perkembangan *Intelligent Accounting Information Systems* (i-AIS) menunjukkan perubahan ini juga. Di i-AIS, AI berfungsi sebagai lapisan pemrosesan cerdas yang memungkinkan analisis *real-time*, deteksi anomali, dan pemberian rekomendasi berbasis *machine learning* [4]. Untuk meningkatkan kualitas dan kecepatan pengujian, perusahaan akuntansi di seluruh dunia telah menggunakan teknologi seperti *machine learning*, *natural language processing*, dan *robotic process automation* dalam proses audit [5]. Ini menunjukkan bahwa AI harus menjadi standar baru dalam praktik akuntansi dan membutuhkan kesiapan dari profesional masa depan, termasuk mahasiswa akuntansi yang akan mulai bekerja di industri tersebut.

Namun, adopsi teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan teknis sistem, tetapi juga oleh penerimaan pengguna. Faktor psikologis seperti *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Perceived Usefulness* (PU) menjadi determinan penting dalam membentuk niat adopsi teknologi [6] [7]. Literatur menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung mengadopsi teknologi ketika mereka menilai teknologi tersebut mudah digunakan dan memberikan manfaat yang jelas terhadap kinerja akademik maupun profesional [8]. Oleh karena itu, pemahaman mengenai bagaimana kedua persepsi tersebut terbentuk dan mempengaruhi minat adopsi menjadi aspek krusial dalam konteks pendidikan akuntansi.

Walaupun hubungan antara PEOU, PU, dan *Artificial Intelligence Adoption* (AIA) telah banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya, temuan empiris masih menunjukkan ketidaksesuaian. Sejumlah studi melaporkan bahwa PEOU dan PU berpengaruh signifikan terhadap adopsi [9] [10] [11], namun temuan lain justru memperlihatkan bahwa efek PEOU tidak selalu signifikan [12] atau bahwa PU tidak memberikan dampak yang berarti terhadap keputusan adopsi [13]. Ketidakkonsistenan ini juga terlihat pada peran PU sebagai mediator, di mana sebagian penelitian menunjukkan adanya mediasi parsial [14] [15], sementara studi lainnya menemukan mediasi penuh atau bahkan tidak menemukan efek mediasi sama sekali.



Variasi hasil tersebut mengindikasikan adanya celah penelitian mengenai bagaimana PEOU mempengaruhi AIA, baik secara langsung maupun melalui PU. Karena itu, diperlukan pengujian kembali model hubungan PEOU–PU–AIA, terutama dalam ranah mahasiswa akuntansi di Indonesia yang tengah mempersiapkan diri memasuki dunia profesional yang semakin terdigitalisasi. Dengan dasar tersebut, penelitian ini dirancang untuk menelaah peran *Perceived Usefulness* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *Perceived Ease of Use* dan *Artificial Intelligence Adoption*. Temuan penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan kurikulum, pendekatan pembelajaran, serta penguatan kompetensi digital yang relevan di era akuntansi berbasis AI.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei berbasis data primer. Pendekatan ini bersifat asosiatif kausalitas karena bertujuan untuk mengetahui hubungan pengaruh antara *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Artificial Intelligence Adoption*, serta peran mediasi di dalamnya. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring (*online*) kepada responden mahasiswa aktif program studi akuntansi yang tersebar di lima pulau besar di Indonesia, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk menganalisis data, digunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.1.1.6. Tahapan analisis meliputi uji model pengukuran (*outer model*), uji model struktural (*inner model*), uji hipotesis, dan uji efek mediasi melalui prosedur *bootstrapping*.

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Diffusion of Innovation Theory

Diffusion of Innovation Theory (IDT) menurut [16] menjelaskan bagaimana sebuah inovasi diadopsi melalui proses mental dan sosial, bukan sekadar kecanggihan teknologinya. Keberhasilan adopsi bergantung pada bagaimana pengguna memaknai manfaat inovasi, sebagaimana ditunjukkan oleh temuan [17] dan pandangan [18] bahwa difusi merupakan proses komunikasi dalam lingkungan sosial. Dalam lingkup pendidikan akuntansi, IDT relevan karena mampu mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi adopsi pembelajaran berbasis AI melalui empat elemen: *adopters* (mahasiswa akuntansi), *communication channels* (media integrasi AI), *time* (kecepatan adopsi), dan *social setting* (dukungan dosen dan teman sebaya). Penelitian ini menekankan tahap “Persuasi” dalam model keputusan inovasi [16], yaitu fase ketika mahasiswa mengevaluasi *Relative Advantage* (PU) dan *Complexity* (PEOU). Persepsi kegunaan dan kemudahan ini terbentuk melalui kombinasi kesiapan teknologi dan lingkungan sosial. Dengan demikian, PU dan PEOU merupakan respons psikologis yang muncul dari karakteristik inovasi dan konteks sosial sebagaimana dijelaskan dalam IDT.

2.1.2 Reasoned Action Theory

Theory of Reasoned Action (TRA) oleh [19] menjelaskan bahwa perilaku manusia didorong oleh niat, dan niat dipengaruhi oleh dua faktor: sikap terhadap perilaku dan norma subjektif. Individu dianggap rasional, sehingga tindakan muncul dari pertimbangan sadar terhadap konsekuensinya. Dalam konteks pendidikan akuntansi, TRA membantu memahami alasan mahasiswa menerima atau menolak pembelajaran berbasis AI. Sikap mahasiswa terbentuk dari keyakinan mengenai manfaat dan dampak penggunaan teknologi tersebut. Dalam penelitian ini, konsep sikap dihubungkan dengan *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU), yang mencerminkan keyakinan mahasiswa tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan AI. Kedua persepsi ini kemudian membentuk sikap positif yang mendorong niat untuk mengadopsi teknologi pembelajaran berbasis AI.

2.1.3 Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan [20] memperluas TRA dengan memasukkan *perceived behavioral control* (PBC) sebagai faktor yang menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya berada di bawah kendali individu. Dalam TPB, niat dipengaruhi oleh tiga komponen: sikap, norma subjektif, dan PBC. PBC menggambarkan keyakinan individu mengenai kemampuan dirinya untuk melakukan suatu tindakan, dan penelitian seperti [21] menunjukkan bahwa PBC berpengaruh positif terhadap sikap dan secara tidak langsung memperkuat niat perilaku. Dalam konteks adopsi AI, mahasiswa yang merasa mampu mengoperasikan teknologi cenderung memiliki sikap positif dan niat lebih kuat untuk menggunakannya. Struktur TPB menjelaskan bagaimana sikap, tekanan sosial, dan persepsi kemampuan diri secara bersama membentuk niat yang kemudian menentukan perilaku.

Integrasi TPB dengan TAM memperkuat pemahaman adopsi teknologi. *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) bertindak sebagai behavioral beliefs yang membentuk sikap terhadap teknologi. Selain itu, PEOU juga meningkatkan PBC karena teknologi yang mudah digunakan membuat mahasiswa merasa lebih mampu mengendalikannya. Dengan demikian, PU dan PEOU tidak hanya membentuk sikap, tetapi juga memperkuat kontrol perilaku persepsian, yang pada akhirnya meningkatkan niat mahasiswa untuk mengadopsi pembelajaran berbasis AI.

2.2 Pengembangan Hipotesis

Perceived Ease of Use (PEOU) memengaruhi *Perceived Usefulness* (PU) karena kemudahan penggunaan mengurangi beban kognitif dan membantu pengguna lebih mudah melihat manfaat teknologi. Dalam TAM, PEOU merupakan antecedent PU, dan teori *Diffusion of Innovation* juga menegaskan bahwa rendahnya kompleksitas



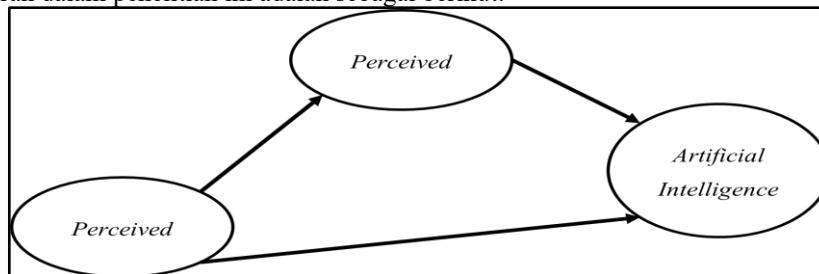
meningkatkan nilai guna suatu inovasi. Temuan empiris terdahulu [9] [22] [23] konsisten mendukung hubungan ini. H₁: PEOU berpengaruh positif dan signifikan terhadap PU.

Perceived Ease of Use (PEOU) menjadi prediktor penting dalam meningkatkan niat adopsi AI karena kemudahan penggunaan mengurangi beban kognitif dan membentuk sikap positif. Dalam TRA dan TPB, PEOU memperkuat sikap dan *Perceived Behavioral Control*, sehingga menurunkan resistensi terhadap penggunaan AI. Teori Diffusion of Innovation juga menegaskan bahwa minimnya kompleksitas adalah syarat keberhasilan adopsi. Temuan empiris [9] [10] [11] [22] konsisten menunjukkan pengaruh positif PEOU terhadap adopsi AI. H₂: PEOU berpengaruh positif dan signifikan terhadap AIA.

Perceived Usefulness (PU) merupakan keyakinan utama mahasiswa bahwa AI memberikan manfaat nyata, sehingga menjadi prediktor penting keputusan adopsi. Dalam TAM, TRA, dan TPB, PU membentuk sikap dan niat perilaku, sementara dalam *Diffusion of Innovation*, PU mencerminkan *Relative Advantage* yang mendorong penerimaan inovasi. Mayoritas penelitian [9] [22] [11] [10] PU berpengaruh positif terhadap adopsi AI, meski terdapat hasil berbeda dari [13]. H₃: PU berpengaruh positif dan signifikan terhadap AIA.

Perceived Ease of Use (PEOU) memengaruhi *Artificial Intelligence Adoption* (AIA) melalui *Perceived Usefulness* (PU) karena kemudahan penggunaan membantu mahasiswa mengenali manfaat AI. Dalam TRA, PEOU membentuk keyakinan kegunaan yang kemudian mendorong niat perilaku, sementara dalam *Diffusion of Innovation*, rendahnya kompleksitas membuat *Relative Advantage* lebih terlihat. Temuan empiris [22] [9] mendukung peran mediasi PU. H₄: PEOU berpengaruh positif dan signifikan terhadap AIA dengan PU sebagai mediator.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



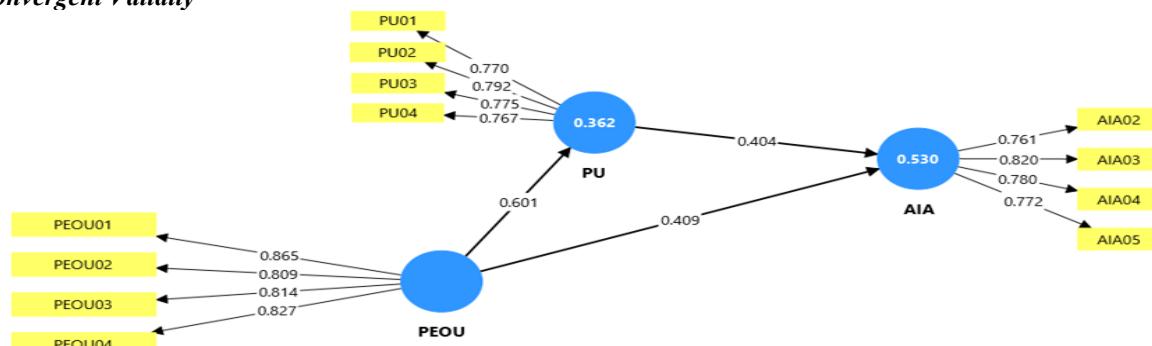
Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber : Output SmartPLS versi 4.1.1.6., 2025

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

3.1.1 Convergent Validity



Gambar 2. Hasil Perhitungan (PLS Algorithm)

Sumber : Output SmartPLS versi 4.1.1.6., 2025

Berdasarkan hasil yang tersaji pada tabel di atas, diketahui bahwa seluruh indikator variabel laten telah memiliki nilai *loading factor* di atas ambang batas 0,70 [24]. Secara keseluruhan, terdapat 12 indikator yang dinyatakan memenuhi syarat validitas konvergen, yang terdiri dari 4 indikator untuk variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU), 4 indikator untuk *Perceived Usefulness* (PU), dan 4 indikator untuk *Artificial Intelligence Adoption* (AIA). Dengan demikian, seluruh indikator tersebut dinyatakan valid dan layak dipertahankan untuk mengukur variabel penelitian masing-masing.

3.1.2 Discriminant Validity

Tabel 1. Hasil Composite Reliability Konstruk AIA, PEOU, PU

	AIA	PEOU	PU
AIA02	0.761	0.472	0.556
AIA03	0.82	0.562	0.531



	AIA	PEOU	PU
AIA04	0.78	0.503	0.479
AIA05	0.772	0.505	0.469
PEOU01	0.565	0.865	0.545
PEOU02	0.496	0.809	0.467
PEOU03	0.561	0.814	0.518
PEOU04	0.537	0.827	0.456
PU01	0.489	0.38	0.77
PU02	0.474	0.403	0.792
PU03	0.475	0.442	0.775
PU04	0.562	0.599	0.767

Sumber : Output SmartPLS versi 4.1.1.6., 2025

Berdasarkan Tabel 1, seluruh indikator memiliki *cross loading* tertinggi pada konstruk yang diukurnya, sehingga mampu membedakan konstruk satu dengan lainnya [25]. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan memenuhi kriteria *discriminant validity*.

3.1.3 Composite Reliability

Tabel 2. Hasil Composite Reliability Konstruk AIA, PEOU, P

	Composite reliability (<i>rho_a</i>)	Composite reliability (<i>rho_c</i>)
AIA	0.788	0.858
PEOU	0.792	0.864
PU	0.851	0.898

Sumber : Output SmartPLS versi 4.1.1.6., 2025

Berdasarkan Tabel 2, seluruh variabel laten telah memenuhi kriteria reliabilitas, sehingga instrumen kuesioner dinyatakan konsisten. PU memiliki CR tertinggi (0,898) dan Rho_A (0,851), disusul PEOU (CR 0,864; Rho_A 0,792) dan AIA (CR 0,858; Rho_A 0,788). Karena seluruh nilai CR dan Rho_A berada di atas 0,70, reliabilitas konstruk terpenuhi, sehingga indikator dalam model terbukti konsisten dan layak digunakan [25]

3.2 Uji Model Struktural (*Inner Model*)

3.2.1 Hasil Uji R-Square

Tabel 3. Hasil R-Square Konstruk AIA, PU

	R-square	R-square adjusted
AIA	0.53	0.526
PU	0.362	0.359

Sumber : Output SmartPLS versi 4.1.1.6., 2025

Koefisien Determinasi R^2 digunakan untuk menilai proporsi varians variabel endogen yang dijelaskan oleh variabel eksogen. R^2 dikategorikan kuat ($\geq 0,75$), sedang ($\geq 0,50$), dan lemah ($\geq 0,25$) [25]. Berdasarkan Tabel 3.3, PU memiliki R^2 sebesar 0,362, yang menunjukkan bahwa 36,2% varians PU dijelaskan oleh PEOU, termasuk kategori lemah–sedang. Sementara itu, AIA memperoleh R^2 sebesar 0,530, sehingga 53% varians AIA dapat dijelaskan oleh PEOU dan PU. Nilai ini termasuk kategori sedang, yang menandakan model memiliki kemampuan prediktif yang baik.

3.2.2 Hasil Uji f-Square

Tabel 4. Hasil f-Square Konstruk AIA, PU

	AIA	PEOU	PU
AIA			
PEOU	0.227		0.566

PU	0.222		
----	-------	--	--

Sumber : Output SmartPLS versi 4.1.1.6., 2025

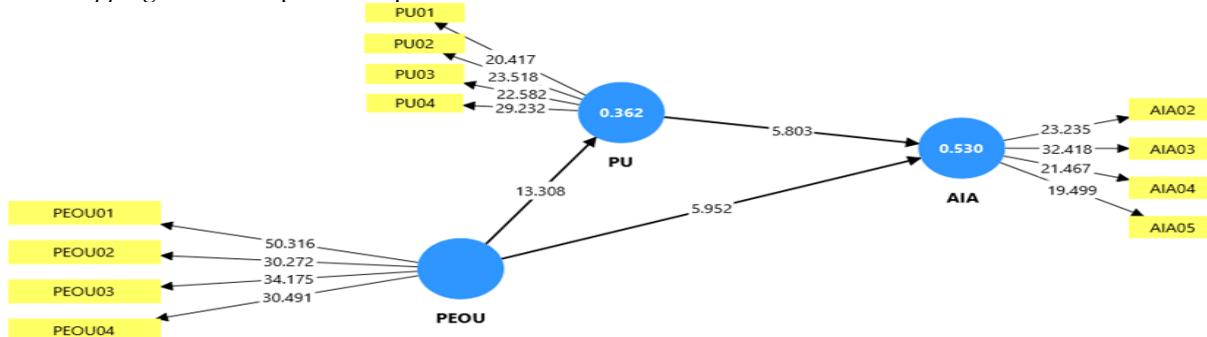
Pengujian f^2 digunakan untuk menilai besarnya kontribusi variabel prediktor terhadap variabel endogen, dengan kategori lemah ($\geq 0,02$), sedang ($\geq 0,15$), dan kuat ($\geq 0,35$) [25]. Berdasarkan Tabel 3.4, PEOU ke PU menunjukkan dampak kuat dengan $f^2 = 0,566$. Sementara itu, PU ke AIA ($f^2 = 0,222$) dan PEOU ke AIA ($f^2 = 0,227$) berada pada kategori sedang. Temuan ini menegaskan bahwa seluruh hubungan dalam model memberikan kontribusi substansial, dengan PEOU sebagai prediktor paling dominan.

3.2.3 Hasil Uji *Q-Square*

Nilai *Q-Square* harus lebih besar dari 0 (nol) untuk menunjukkan bahwa model penelitian memiliki nilai predictive relevance. Besaran *Q-Square* memiliki nilai rentang $0 < Q^2 < 1$. Semakin mendekati 1 berarti model semakin baik [25]. Hasil perhitungan nilai *predictive relevance* adalah sebesar 0,70014 atau 70% menunjukkan bahwa keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model tersebut adalah sebesar 70%. Hasil tersebut memberikan makna bahwa model penelitian ini tergolong dalam kategori model yang sangat kuat dan layak karena memiliki nilai prediktif yang relevan yang tinggi.

3.3 Uji Hipotesis

Dalam kerangka model penelitian ini, terdapat empat dugaan hipotesis yang diuji, yakni tiga jalur pengaruh langsung (*direct effect*) serta satu jalur mediasi atau pengaruh tidak langsung (*intervening effect*). Validasi atas hipotesis-hipotesis ini dilakukan menggunakan teknik *bootstrapping*. Adapun hasil dari analisis *bootstrapping* tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.2 di berikut:



Gambar 2. Hasil Perhitungan *Bootstrapping*

Sumber : Output SmartPLS versi 4.1.1.6., 2025

3.3.1 Hasil Uji *Direct Effect*

Tabel 5. Hasil *Direct Effect*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
PEOU -> AIA	0.409	0.402	0.069	5.952*	0	Signifikan
PEOU -> PU	0.601	0.603	0.045	13.308*	0	Signifikan
PU -> AIA	0.404	0.41	0.07	5.803*	0	Signifikan

*signifikansi pada tingkat keyakinan 0,05

Sumber : Output SmartPLS versi 4.1.1.6., 2025

Berdasarkan Tabel 5, seluruh hipotesis dinyatakan positif dan signifikan. PEOU berpengaruh signifikan terhadap PU dengan *original sample* 0,601 dan *T-statistic* 13,308. PEOU juga berpengaruh signifikan terhadap AIA (*original sample* 0,409; *T-statistic* 5,952). Selain itu, PU terbukti berpengaruh signifikan terhadap AIA dengan *original sample* 0,404 dan *T-statistic* 5,803. Semua nilai *T-statistic* $> 1,96$ pada tingkat signifikansi 5%, sehingga ketiga hubungan dinyatakan terbukti.

3.3.2 Hasil Uji *Indirect Effect*

Tabel 6. Hasil *Indirect Effect*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
PEOU -> AIA	0.243	0.248	0.051	4.811*	0	Signifikan

*signifikansi pada tingkat keyakinan 0,05

Sumber : Output SmartPLS versi 4.1.1.6., 2025



Berdasarkan Tabel 6, PU terbukti memediasi pengaruh PEOU terhadap AIA secara positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *original sample* 0,243 dan *T-statistic* 4,811 ($>1,96$). Dengan demikian, PEOU dapat meningkatkan AIA melalui peningkatan PU.

3.4 Uji Efek Mediasi

Pengujian efek mediasi dilakukan untuk menelaah secara mendalam mekanisme hubungan antara *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Artificial Intelligence Adoption* (AIA) dengan melibatkan *Perceived Usefulness* (PU) sebagai variabel mediator. Analisis ini bertujuan untuk membuktikan apakah persepsi kegunaan berperan sebagai jembatan yang efektif dalam menyalurkan pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan adopsi mahasiswa. Prosedur evaluasi dilakukan dengan mengacu pada kerangka kerja analisis mediasi yang direkomendasikan oleh [26], yang menekankan pada signifikansi pengaruh tidak langsung dan pengaruh langsung untuk menentukan tipologi mediasi yang terbentuk. Berdasarkan hasil uji *bootstrapping*, evaluasi pertama difokuskan pada signifikansi pengaruh tidak langsung (*specific indirect effect*). Data menunjukkan bahwa jalur tidak langsung (PEOU melalui PU ke AIA) memiliki nilai koefisien sebesar 0,243 dengan *T-statistic* sebesar 4,811 dan *P-Values* 0,000. Karena nilai *T-statistic* berada di atas 1,96 dan nilai *P-Values* di bawah taraf signifikansi 0,05, dapat disimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* secara signifikan memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan dan adopsi AI.

Temuan ini mengonfirmasi bahwa sebagian dari dampak kemudahan penggunaan terhadap adopsi disalurkan melalui peningkatan persepsi kegunaan. Mengingat adanya efek mediasi yang signifikan, evaluasi dilanjutkan dengan memeriksa signifikansi pengaruh langsung (*direct effect*) dari *Perceived Ease of Use* terhadap *Adopsi Artificial Intelligence* tanpa melalui mediator. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh langsung tersebut tetap bernilai signifikan secara statistik, dengan koefisien jalur positif sebesar 0,409, *T-statistic* sebesar 5,952, dan *P-Values* 0,000. Signifikansi pada kedua jalur ini baik jalur tidak langsung maupun jalur langsung, mengindikasikan bahwa *Perceived Usefulness* tidak memediasi hubungan tersebut secara penuh (*full mediation*), melainkan berperan sebagai mediator parsial (*partial mediation*).

Dengan demikian, kemudahan penggunaan tidak hanya mempengaruhi adopsi melalui kegunaan, tetapi juga memiliki kekuatan pendorong langsung yang independen. Untuk menentukan jenis mediasi parsial yang spesifik, dilakukan perbandingan arah koefisien antara pengaruh tidak langsung dan pengaruh langsung. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa hasil perkalian antara koefisien jalur tidak langsung ($0,601 \times 0,404 = 0,243$) dan koefisien jalur langsung (0,409) sama-sama bernilai positif atau searah. Sesuai dengan pedoman [26], kondisi di mana pengaruh langsung dan tidak langsung signifikan serta bertanda sama diklasifikasikan sebagai Mediasi Parsial Komplementer (*Complementary Partial Mediation*).

4. PENGUJIAN

4.1 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*

Hasil pengujian *inner model* menunjukkan bahwa PEOU memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap PU, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.693 dan *T-statistic* 19.573 ($p < 0.001$). Angka ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan merupakan penentu kuat dalam membentuk persepsi manfaat mahasiswa terhadap AI. Ketika mahasiswa merasa bahwa sistem AI mudah dipelajari, navigasinya jelas, dan tidak membutuhkan upaya mental berlebihan, mereka lebih mudah menangkap nilai guna yang ditawarkan teknologi tersebut. Temuan ini konsisten dengan pola yang dijelaskan dalam TAM dan diperkuat oleh penelitian [9] dan [22].

Dari sisi model prediksi, konstruk PU memiliki nilai R^2 sebesar 0.480, yang berarti hampir separuh persepsi manfaat dapat dijelaskan oleh persepsi kemudahan penggunaan. Angka ini cukup kuat untuk penelitian perilaku pengguna. Dalam konteks pendidikan akuntansi, temuan ini memberikan pesan penting bahwa mahasiswa hanya dapat merasakan manfaat AI bila hambatan teknis pada tahap awal diminimalisasi. Dengan demikian, penyederhanaan antarmuka, pengenalan fitur secara bertahap, serta pelatihan yang tidak memberatkan sangat diperlukan agar PU dapat terbentuk secara optimal.

4.2 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Artificial Intelligence Adoption* (AIA)

Hasil SEM menunjukkan bahwa PEOU berpengaruh signifikan terhadap AIA dengan koefisien 0.257 dan *T-statistic* 4.572 ($p < 0.001$). Temuan ini menandakan bahwa persepsi kemudahan tidak hanya berdampak pada pembentukan persepsi manfaat, tetapi juga langsung meningkatkan kecenderungan mahasiswa untuk mengadopsi AI. Pengaruh langsung ini menunjukkan bahwa interaksi awal yang tidak rumit, antarmuka yang intuitif, dan pengalaman pengguna yang lancar mampu membangun rasa percaya diri mahasiswa untuk menggunakan alat berbasis AI.

Pengaruh ini juga terlihat pada nilai R^2 AIA sebesar 0.675, yang menunjukkan bahwa kombinasi PEOU dan PU secara bersama-sama menjelaskan lebih dari dua pertiga variasi niat adopsi mahasiswa, terbukti dengan angka yang masuk kategori kuat dalam penelitian perilaku teknologi. Dengan demikian, tidak hanya PU yang berperan besar, tetapi PEOU memberikan kontribusi langsung terhadap keputusan adopsi. Temuan ini memperkuat literatur seperti [10] dan [11], yang menekankan bahwa pengguna pemula sangat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan. Implikasinya jelas, semakin sedikit hambatan teknis yang dirasakan, semakin besar kemungkinan mahasiswa menerima dan menggunakan AI dalam pembelajaran maupun praktik akuntansi.



4.3 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Artificial Intelligence Adoption* (AIA)

Pengujian *inner model* menunjukkan bahwa PU berpengaruh signifikan terhadap AIA, dengan koefisien 0.606 dan nilai *T-statistic* 12.908 ($p < 0.001$). Ini merupakan jalur dengan pengaruh paling kuat dalam model penelitian, menandakan bahwa persepsi manfaat adalah prediktor utama dalam mendorong mahasiswa mengadopsi AI. Ketika mahasiswa yakin bahwa AI dapat meningkatkan efisiensi pengerjaan tugas, mempercepat analisis data, atau meningkatkan akurasi pekerjaan akuntansi, mereka cenderung memiliki niat yang tinggi untuk menggunakan teknologi tersebut.

Peran PU juga tercermin dalam kontribusinya terhadap nilai R^2 AIA sebesar 0.675. Angka ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat memberikan kontribusi besar terhadap variasi niat adopsi, bahkan lebih kuat daripada pengaruh langsung PEOU. Hasil ini memperkuat literatur TAM dan sejalan dengan penelitian [9] serta [10], yang sama-sama menemukan bahwa PU adalah variabel penjelas paling signifikan dalam model penerimaan teknologi.

Secara praktis, temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa membutuhkan pemahaman yang jelas mengenai kegunaan nyata AI, bukan sekadar paparan teknologi. Jika manfaat tidak disampaikan atau dipahami dengan baik, tingkat adopsi akan cenderung rendah meskipun teknologi tersebut mudah digunakan.

4.4 Peran Mediasi *Perceived Usefulness* (PU) dalam Hubungan PEOU dan AIA

Analisis mediasi menunjukkan bahwa PU memediasi hubungan PEOU terhadap AIA secara parsial, dibuktikan dari nilai indirect effect sebesar 0.420 dengan *T-statistic* 10.721 ($p < 0.001$). Karena jalur langsung PEOU ke AIA juga tetap signifikan, maka mediasi yang terjadi adalah *partial mediation*. Dengan kata lain, sebagian efek kemudahan penggunaan mendorong adopsi karena mahasiswa merasakan manfaat teknologi terlebih dahulu, dan sebagian efek lainnya bekerja secara langsung tanpa melalui PU.

Temuan ini memberikan penjelasan yang lebih komprehensif terhadap mekanisme kognitif penggunaan teknologi tersebut. Hasil analisis SEM mengungkapkan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEOU) memiliki pengaruh yang kuat terhadap *Perceived Usefulness* (PU), yang berarti mahasiswa cenderung melihat AI sebagai sesuatu yang bermanfaat ketika mereka merasa teknologi tersebut tidak rumit dan mudah dioperasikan. Selain itu, PEOU turut memengaruhi *Artificial Intelligence Adoption* (AIA) secara langsung, menandakan bahwa semakin minim hambatan teknis yang dirasakan, semakin besar pula kemauan mahasiswa untuk mulai menggunakan AI. Temuan ini mempertegas bahwa persepsi awal mengenai kemudahan penggunaan menjadi faktor yang membuka jalan bagi munculnya persepsi kegunaan sekaligus mendorong niat adopsi teknologi secara lebih luas. Selain itu, PU berpengaruh signifikan terhadap AIA, menandakan bahwa keyakinan bahwa AI dapat meningkatkan efisiensi, akurasi, dan kinerja akademik menjadi pendorong utama keputusan adopsi. Hasil utama penelitian ini menunjukkan bahwa PU berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara PEOU dan AIA. Dengan kata lain, persepsi mengenai manfaat AI menjadi jalur kognitif yang memperkuat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keinginan mahasiswa untuk mengadopsinya. Secara umum, temuan ini menegaskan bahwa strategi untuk mendorong adopsi AI di pendidikan akuntansi perlu diarahkan pada pembuatan pengalaman penggunaan yang lebih sederhana serta penekanan pada nilai tambah nyata yang ditawarkan AI dalam proses belajar maupun praktik profesional.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat penerimaan mahasiswa akuntansi terhadap teknologi *Artificial Intelligence* (AI) sangat bergantung pada bagaimana mereka menilai kemudahan dan manfaat dari penggunaan teknologi tersebut. Hasil analisis SEM mengungkapkan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEOU) memiliki pengaruh yang kuat terhadap *Perceived Usefulness* (PU), yang berarti mahasiswa cenderung melihat AI sebagai sesuatu yang bermanfaat ketika mereka merasa teknologi tersebut tidak rumit dan mudah dioperasikan. Selain itu, PEOU turut memengaruhi *Artificial Intelligence Adoption* (AIA) secara langsung, menandakan bahwa semakin minim hambatan teknis yang dirasakan, semakin besar pula kemauan mahasiswa untuk mulai menggunakan AI. Temuan ini mempertegas bahwa persepsi awal mengenai kemudahan penggunaan menjadi faktor yang membuka jalan bagi munculnya persepsi kegunaan sekaligus mendorong niat adopsi teknologi secara lebih luas. Selain itu, PU berpengaruh signifikan terhadap AIA, menandakan bahwa keyakinan bahwa AI dapat meningkatkan efisiensi, akurasi, dan kinerja akademik menjadi pendorong utama keputusan adopsi. Hasil utama penelitian ini menunjukkan bahwa PU berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara PEOU dan AIA. Dengan kata lain, persepsi mengenai manfaat AI menjadi jalur kognitif yang memperkuat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keinginan mahasiswa untuk mengadopsinya. Secara umum, temuan ini menegaskan bahwa strategi untuk mendorong adopsi AI di pendidikan akuntansi perlu diarahkan pada pembuatan pengalaman penggunaan yang lebih sederhana serta penekanan pada nilai tambah nyata yang ditawarkan AI dalam proses belajar maupun praktik profesional.

REFERENCES

- [1] Beryl Odonkor, Simon Kaggwa, Prisca Ugomma Uwaoma, Azeez Olanipekun Hassan, and Oluwatoyin Ajoke Farayola, “The impact of AI on accounting practices: A review: Exploring how artificial intelligence is transforming traditional accounting methods and financial reporting,” *World Journal of Advanced Research and Reviews*, vol. 21, no. 1, pp. 172–188, Jan. 2024, doi: 10.30574/wjarr.2024.21.1.2721.
- [2] A. F. Holmes and A. Douglass, “Artificial Intelligence: Reshaping the Accounting Profession and the Disruption to Accounting Education,” *Journal of Emerging Technologies in Accounting*, vol. 19, no. 1, pp. 53–68, Mar. 2022, doi: 10.2308/JETA-2020-054.
- [3] Moh. R. Eka Putra, N. Sukma Wati, S. Husain, and Rismala, “ADAPTABILITY OF THE ACCOUNTANT PROFESSION: MENGGALI MAKNAKEBERADAAN PROFESI AKUNTAN DALAM MENAVIGASI TANTANGAN DAN MEMPERTAHANKAN RELEVANSI DI ERA TRANSFORMASI DIGITAL,” *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 13, no. 1, pp. 128–137, Jan. 2024, doi: 10.37476/jbk.v13i1.4517.
- [4] J. Antares, S. Hasugian, and W. Satria, “Integrasi Artificial Intelligence dalam Sistem Informasi: Meningkatkan Efisiensi dan Otomatisasi,” vol. 6, no. 1, 2025.



- [5] S. S. Salihi, "PERAN TEKNOLOGI DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS AUDIT INTERNAL," *JITAA*, vol. 3, no. 2, pp. 140–148, 2024, doi: 10.62668/jitaa.v3i02.1407.
- [6] M. Jang, M. Aavakare, S. Nikou, and S. Kim, "The impact of literacy on intention to use digital technology for learning: A comparative study of Korea and Finland," *Telecomm Policy*, vol. 45, no. 7, Aug. 2021, doi: 10.1016/j.telpol.2021.102154.
- [7] R. K. Kampa, "Combining technology readiness and acceptance model for investigating the acceptance of m-learning in higher education in India," *Asian Association of Open Universities Journal*, vol. 18, no. 2, pp. 105–120, Nov. 2023, doi: 10.1108/AAOUJ-10-2022-0149.
- [8] A. Saihi, M. Ben-Daya, M. Hariga, and R. As'ad, "A Structural equation modeling analysis of generative AI chatbots adoption among students and educators in higher education," *Computers and Education: Artificial Intelligence*, vol. 7, Dec. 2024, doi: 10.1016/j.caeai.2024.100274.
- [9] N. T. M. Anh *et al.*, "The Effect of Technology Readiness on Adopting Artificial Intelligence in Accounting and Auditing in Vietnam," *Journal of Risk and Financial Management*, vol. 17, no. 1, Jan. 2024, doi: 10.3390/jrfm17010027.
- [10] M. R. Sudaryanto, M. A. Hendrawan, and T. Andrian, "The Effect of Technology Readiness, Digital Competence, Perceived Usefulness, and Ease of Use on Accounting Students Artificial Intelligence Technology Adoption," in *E3S Web of Conferences*, EDP Sciences, May 2023, doi: 10.1051/e3sconf/202338804055.
- [11] J. Stevanus Salim *et al.*, "Persepsi Mahasiswa Atas Kegunaan dan Kemudahan Teknologi Terhadap Adopsi Teknologi Kecerdasan Buatan dalam Akuntansi," 2025.
- [12] R. M. Nouraldeen, "The impact of technology readiness and use perceptions on students' adoption of artificial intelligence: the moderating role of gender," *Development and Learning in Organizations*, vol. 37, no. 3, pp. 7–10, Apr. 2023, doi: 10.1108/DLO-07-2022-0133.
- [13] L. Rina, L. Kaira, G. Mohammed Sultan Saif, and W. Setyaningsih, "The Contribution of Artificial Intelligence Technology to the Learning Process of Accounting Students in the Digital Era and Learning Ethics," *Advances Educational Innovation*, vol. 1, no. 1, pp. 16–25, Aug. 2024, doi: 10.69725/aei.v1i1.83.
- [14] S. J. Khairany, J. S. Salim, K. C. Putri, and T. Agustina, "Mempersiapkan Akuntan Muda di Era TUNA: Pengaruh Kesiapan Teknologi dan Persepsi Terhadap Adopsi AI," *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, vol. 9, no. 2, p. 968, Sep. 2025, doi: 10.33087/ekonomis.v9i2.2572.
- [15] A. M. Abdo-Salloum and H. Y. Al-Mousawi, "Accounting Students' Technology Readiness, Perceptions, and Digital Competence Toward Artificial Intelligence Adoption in Accounting Curricula," *Journal of Accounting Education*, vol. 70, Mar. 2025, doi: 10.1016/j.jacedu.2025.100951.
- [16] Rogers, "Diffusion of Innovations, 5th edition, Everett M. Rogers. Free Press, New York, NY (2003), 551 pages," *J Minim Invasive Gynecol*, vol. 14, p. 776, Dec. 2003, doi: 10.1016/j.jmig.2007.07.001.
- [17] S. Assidi, M. Omran, T. Rana, and H. Borgi, "The role of AI adoption in transforming the accounting profession: a diffusion of innovations theory approach," *Journal of Accounting and Organizational Change*, 2025, doi: 10.1108/JAOC-04-2024-0124.
- [18] S. C. Tsai and C. H. Chen, "Exploring the Innovation Diffusion of Big Data Robo-Advisor," *Applied System Innovation*, vol. 5, no. 1, Feb. 2022, doi: 10.3390/asi5010015.
- [19] M. N. Al-Suqri and R. M. Al-Kharusi, "Ajzen and Fishbein's Theory of Reasoned Action (TRA) (1980)," in *Information Seeking Behavior and Technology Adoption: Theories and Trends*, IGI Global, 2015, pp. 188–204. doi: 10.4018/978-1-4666-8156-9.ch012.
- [20] I. Ajzen, "The theory of planned behavior," *Organ Behav Hum Decis Process*, vol. 50, no. 2, pp. 179–211, 1991, doi: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- [21] F. Acikgoz, A. Elwalda, and M. J. De Oliveira, "Curiosity on Cutting-Edge Technology via Theory of Planned Behavior and Diffusion of Innovation Theory," *International Journal of Information Management Data Insights*, vol. 3, no. 1, Apr. 2023, doi: 10.1016/j.ijimedi.2022.100152.
- [22] H. Damerji and A. Salimi, "Mediating effect of use perceptions on technology readiness and adoption of artificial intelligence in accounting," *Accounting Education*, vol. 30, no. 2, pp. 107–130, 2021, doi: 10.1080/09639284.2021.1872035.
- [23] M. R. Hasan, N. I. Chowdhury, M. H. Rahman, M. A. Bin Syed, and J. Ryu, "Understanding AI Chatbot adoption in education: PLS-SEM analysis of user behavior factors," *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, vol. 2, no. 2, p. 100098, Aug. 2024, doi: 10.1016/j.chb.2024.100098.
- [24] J. F. Hair, W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson, "MULTIVARIATE DATA ANALYSIS EIGHTH EDITION," 2019. [Online]. Available: www.cengage.com/highered
- [25] I. Ghazali and H. Latan, *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WARPPLS 4.0*. 2014.
- [26] J. Hair, G. T. M. Hult, C. Ringle, and M. Sarstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. 2022.