

DAFTAR ISI

<i>HALAMAN PENGESAHAN</i>	<i>i</i>
<i>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS</i>	<i>ii</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>iv</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>viv</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>ix</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>x</i>
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i>	<i>xi</i>
<i>INTISARI</i>	<i>xiii</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>xiii</i>
<i>BAB I PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Motivasi Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Kontribusi Penelitian	12
1.8 Ruang Lingkup Dan Batasan Penelitian	12
1.9 Sistematika Penulisan	13
<i>BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA</i>	<i>15</i>
2.1 AI in Audit	15
2.2 <i>Extrinsic and Intrinsic Value</i>	16
2.3 Information System Success Model	17
2.4 Model Penelitian	21
2.5 Pengembangan Hipotesis	22
2.5.1 Hubungan antara Kualitas Informasi dan Nilai Ekstrinsik.....	22
2.5.2 Hubungan antara Kualitas Informasi dan Nilai Intrinsik.....	23
2.5.3 Hubungan antara Kualitas Layanan dan Nilai Ekstrinsik.....	24
2.5.4 Hubungan antara Kualitas Layanan dan Nilai Intrinsik.....	25
2.5.5 Hubungan antara Kualitas Sistem dan Nilai Ekstrinsik.....	25

2.5.6	Hubungan antara Kualitas Sistem dan Nilai Intrinsik.....	26
2.5.7	Hubungan antara Nilai Ekstrinsik dan Kepuasan.....	26
2.5.8	Hubungan antara Nilai Ekstrinsik dan Kepercayaan	27
2.5.9	Hubungan antara Nilai Ekstrinsik dan Keberlanjutan Penggunaan ...	27
2.5.10	Hubungan antara Nilai Intrinsik dan Kepuasan	28
2.5.11	Hubungan antara Nilai Intrinsik dan Kepercayaan	28
2.5.12	Hubungan antara Nilai Intrinsik dan Keberlanjutan Penggunaan..	29
2.5.13	Hubungan antara Kepercayaan dan Keberlanjutan Penggunaan ...	29
2.5.14	Hubungan antara Kepuasan dan Keberlanjutan Penggunaan.....	30
2.6	Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		37
3.1	Desain Penelitian	37
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	38
3.2.1	Kualitas Informasi (<i>Information Quality/IQ</i>).....	38
3.2.2	Kualitas Layanan (<i>Service Quality/SQ</i>).....	38
3.2.3	Kualitas Sistem (<i>System Quality/SYQ</i>).....	39
3.2.4	Nilai Ekstrinsik (<i>Ekstrinsic Value/EXV</i>)	40
3.2.5	Nilai Intrinsik (<i>Intrinsic Value/INV</i>)	40
3.2.6	Kepercayaan (<i>Trust/TRU</i>).....	41
3.2.7	Kepuasan (<i>Satisfaction/SAT</i>).....	41
3.2.8	Keberlanjutan Penggunaan (<i>Continue Usage/CON</i>)	42
3.3	Populasi dan Sampel.....	42
3.4	Instrumen Penelitian.....	43
3.5	Teknik Analisis Data	47
3.5.1	Analisis Deskriptif	48
3.5.2	<i>Pilot Test</i>	49
3.5.3	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	51
3.5.4	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	54
3.5.4	Uji Hipotesis	57
3.5.5	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	57
BAB IV ANALISIS DAN DISKUSI.....		58
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
4.2	Pengumpulan Data.....	58
4.2.1	Karakteristik Responden	59
4.3.	Analisis Deskriptif.....	60
4.4.	Analisis Data	69
4.4.1	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	71
4.4.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	80
4.4.3	Uji Hipotesis	86
4.4.4	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	93

4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	98
4.5.1	H1a: Kualitas Informasi berbasis in-house AI Chatbot berpengaruh positif terhadap Nilai Intrinsik yang dirasakan pengguna.....	98
4.5.2	H1b: Kualitas Layanan berbasis in-house AI Chatbot berpengaruh positif terhadap Nilai Ekstrinsik yang dirasakan pengguna	99
4.5.3	H2a: Kualitas Layanan berbasis in-house AI Chatbot berpengaruh positif terhadap Nilai Ekstrinsik yang dirasakan pengguna	99
4.5.4	H2b: Kualitas Layanan berbasis in-house AI Chatbot berpengaruh positif terhadap Nilai Intrinsik yang dirasakan pengguna.....	100
4.5.5	H3a: Kualitas Sistem berbasis in-house AI Chatbot berpengaruh positif terhadap Nilai Ekstrinsik yang dirasakan pengguna	101
4.5.6	H3b: Kualitas Sistem berbasis in-house AI Chatbot berpengaruh positif terhadap Nilai Intrinsik yang dirasakan pengguna.....	101
4.5.7	H4a: Nilai Ekstrinsik yang dirasakan pengguna in-house AI Chatbot berpengaruh positif terhadap Kepuasan pengguna.....	102
4.5.8	H4b: Nilai Ekstrinsik yang dirasakan pengguna in-house AI Chatbot berpengaruh positif terhadap Kepercayaan pengguna	102
4.5.9	H4c: Nilai Ekstrinsik yang dirasakan pengguna in-house AI Chatbot berpengaruh positif terhadap Keberlanjutan Penggunaan.....	103
4.5.10	H5a: Nilai Intrinsik yang dirasakan pengguna in-house AI Chatbot berpengaruh positif terhadap Kepuasan pengguna.....	103
4.5.11	H5b: Nilai Intrinsik yang dirasakan pengguna in-house AI Chatbot berpengaruh positif terhadap Kepercayaan pengguna	104
4.5.12	H5c: Nilai Intrinsik yang dirasakan pengguna in-house AI Chatbot berpengaruh positif terhadap Keberlanjutan Penggunaan.....	104
4.5.13	H6: Kepercayaan pengguna in-house AI Chatbot berpengaruh positif terhadap Keberlanjutan Penggunaan	105
4.5.14	H7: Kepuasan pengguna in-house AI Chatbot berpengaruh positif terhadap Keberlanjutan Penggunaan	105
4.6.	Ikhtisar Hasil Penelitian.....	106
<i>BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI</i>		<i>107</i>
5.1	<i>Simpulan.....</i>	<i>107</i>
5.2	Keterbatasan dan Saran Penelitian.....	109
5.3	Implikasi	110
<i>KEPUSTAKAAN</i>		<i>113</i>
<i>LAMPIRAN.....</i>		<i>123</i>

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 AI adoption Rate	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Skala Likert	45
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	45
Tabel 3.3 Nilai <i>Cronbach's alpha</i> dan AVE.....	50
Tabel 3.4 Nilai <i>Outer Loadings</i>	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	60
Tabel 4.2 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Informasi.....	61
Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Pelayanan.....	62
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Sistem	63
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Nilai Ekstrinsik	64
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Nilai Intrinsik.....	65
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kepercayaan	66
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kepuasan.....	67
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keberlanjutan Penggunaan	68
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Outer Loading</i>	71
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Contrust Validity</i>	72
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Contruct Reability</i>	73
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker</i>	74
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Cross-Loading</i>	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Kolinearitas.....	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Skewness dan Kurtosis	79
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Collinearity statistics (VIF) – Inner Model</i>	80
Tabel 4.18 Hasil Uji R-Square	81
Tabel 4.19 Hasil Uji F-Square	83
Tabel 4.20 Hasil Uji Q-Square.....	84
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis	86
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>Indirect Effect</i>	93
Tabel 4.23 Hasil Uji <i>Spesific Indirecet Effect</i>	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Current Impact of AI</i> (Sumber: PWC, 2023).....	2
Gambar 2.1 <i>Information Success Model</i> (DeLone dan McLean,1992)	18
Gambar 2.2 ISS Model dikembangkan oleh Nguyen dan Lee (2024)	20
Gambar 2.3 ISS Model dikembangkan oleh Duong, dkk (2024).....	20
Gambar 2.4 Model Penelitian	21
Gambar 4.1 Model	70
Gambar 4.2 Model	70
Gambar 4.3 Uji Model Struktural	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Proofread</i> Bahasa Inggris	123
Lampiran 2 <i>Proofread</i> dari Balai Bahasa.....	124