UNIVERSITAS GADJAH MADA
**Pengaruh Tingkat Familier terhadap Generative AI, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan,
dan Persepsi Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan AI Trip Builder TripAdvisor dalam Perencanaan
Perjalanan Wisata**
Raisa Aulia Pratistha Putri, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... *ii*

..... *iii*

DAFTAR ISI ..... *iv*

DAFTAR TABEL ..... *vii*

DAFTAR GAMBAR ..... *viii*

DAFTAR LAMPIRAN ..... *ix*

ABSTRAK ..... *x*

ABSTRACT ..... *xi*

BAB 1 ..... *12*

PENDAHULUAN *12*

1.1 Latar Belakang Masalah **12**

1.2 Rumusan Masalah **15**

1.3 Tujuan Penelitian **17**

1.4 Manfaat Penelitian **18**

1.5 Kontribusi Penelitian **20**

1.5.1 Praktis 20

1.5.2 Teoretis 20

1.5.3 Kebijakan 20

1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian **21**

1.7 Sistematika Penulisan **22**

BAB 2 ..... *24*

LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA *24*

2.1 Landasan Teori **24**

2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM) 24

2.1.2 Generative AI (Gen-AI) 26

2.2 Tinjauan Pustaka dan Hipotesis **28**

2.2.1 Pengaruh Tingkat Familier terhadap Generative AI terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan 28

2.2.2 Pengaruh Tingkat Familier terhadap Generative AI terhadap Persepsi Kegunaan 29

2.2.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Persepsi Kegunaan 30

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh Tingkat Familier terhadap Generative AI, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan AI Trip Builder TripAdvisor dalam Perencanaan Perjalanan Wisata
Raisa Aulia Pratistha Putri, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.2.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Menggunakan *AI Trip Builder* dalam Perencanaan Perjalanan Wisata 32
2.2.5 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Menggunakan *AI Trip Builder* dalam Perencanaan Perjalanan Wisata 33
2.2.6 Pengaruh Tingkat Familier terhadap Generative AI terhadap Persepsi Kepercayaan 34
2.2.7 Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan *AI Trip Builder* dalam Perencanaan Perjalanan Wisata 35
2.3 Model Penelitian 37
BAB 3 38
METODE PENELITIAN 38
3.1 Desain Penelitian 38
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel 39
3.2.1 Tingkat Familier terhadap Generative AI 39
3.2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan 40
3.2.3 Persepsi Kegunaan 41
3.2.4 Persepsi Kepercayaan 43
3.2.5 Niat Menggunakan *AI Trip Builder* TripAdvisor dalam Perencanaan Perjalanan Wisata 45
3.3 Populasi dan Sampel 46
3.3.1 Populasi 46
3.3.2 Sampel 47
3.4 Instrumen Penelitian 47
3.5 Teknik Pengumpulan Data 48
3.6 Teknik Analisis Data 49
3.6.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) 49
3.6.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model) 50
3.7 Pengujian Awal (*Pilot test*) 51
3.7.1 Uji Validitas 51
3.7.2 Uji Reliabilitas 55
3.7.3 Kesimpulan 55
BAB 4 56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 56
4.1 Deskripsi Data 56
4.1.1 Profil Responden 56
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif 58
4.1.3 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) 66

UNIVERSITAS GADJAH MADA
**Pengaruh Tingkat Familier terhadap Generative AI, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan,
dan Persepsi Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan AI Trip Builder TripAdvisor dalam Perencanaan
Perjalanan Wisata**
Raisa Aulia Pratistha Putri, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.1.4 Pengujian Model Struktural (Inner Model) 70
4.2 Pengujian Hipotesis 72
4.2.1 Tingkat Familier terhadap Generative AI memiliki pengaruh positif terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan 72
4.2.2 Tingkat Familier terhadap Generative AI memiliki pengaruh positif terhadap Persepsi Kegunaan 73
4.2.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap Persepsi Kegunaan 74
4.2.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap Niat Menggunakan *AI Trip Builder* dalam Perencanaan Perjalanan Wisata 74
4.2.5 Persepsi Kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap Niat Menggunakan *AI Trip Builder* dalam Perencanaan Perjalanan Wisata 75
4.2.6 Tingkat Familier terhadap Generative AI memiliki pengaruh positif terhadap Persepsi Kepercayaan 76
4.2.7 Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Niat Menggunakan *AI Trip Builder* dalam Perencanaan Perjalanan Wisata 77
4.2.8 Ringkasan Uji Hipotesis 77
4.3 Pembahasan atau Diskusi 78
4.3.1 Hipotesis Satu 78
4.3.2 Hipotesis Dua 82
4.3.3 Hipotesis Tiga 84
4.3.4 Hipotesis Empat 87
4.3.5 Hipotesis Lima 89
4.3.6 Hipotesis Enam 92
4.3.7 Hipotesis Tujuh 94
4.4 Hasil Uji Mediasi 97
4.4.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh pada niat untuk menggunakan *AI Trip Builder* TripAdvisor melalui Persepsi Kegunaan 97
4.4.2 Tingkat Familier terhadap Generative AI terhadap niat menggunakan *AI Trip Builder* melalui Persepsi Kepercayaan 99
BAB 5 101
SIMPULAN 101
5.1 Simpulan 101
5.2 Keterbatasan 104
5.3 Implikasi 105
DAFTAR PUSTAKA 108
LAMPIRAN 131