

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan hasil skripsi yang telah dilaksanakan, bisa ditarik kesimpulan bahwa:

1. Berlandaskan hasil pengujian hipotesis pada kajian ini, dari total tiga belas hipotesis yang diuji, sebelas di antaranya diterima, sementara dua lainnya ditolak. Dari hipotesis yang diterima, variabel *AI Chatbot Awareness* (AICAW) terbukti mempunyai dampak positif dan signifikan akan *AI Chatbot Adoption Intention* (AICAI), baik secara langsung ataupun melewati peran mediasi dari *Perceived Ease of Use* (PE) dan *Perceived Usefulness* (PU). Selain itu, variabel *Perceived Intelligence* (PI) juga memperlihatkan relasi yang signifikan dengan *AI Chatbot Awareness* (AICAW). Lebih lanjut, hasil analisis memperlihatkan bahwa *Perceived Trust* (PT) bertindak sebagai moderator yang signifikan dalam memperkuat hubungan antara *AI Chatbot Awareness* (AICAW) dengan *Perceived Ease of Use* (PE), *Perceived Usefulness* (PU), dan *Perceived Intelligence* (PI). Kesimpulan ini diperoleh melalui analisis *path coefficient* dengan $p\text{ values} < 0,05$ serta $T\text{-statistic} \geq 1,96$.
2. Berlandaskan hasil pengujian hipotesis, ada dua hipotesis yang tidak diterima. Analisis memperlihatkan variabel *Perceived Intelligence* (PI) tidak beripak secara signifikan akan *AI Chatbot Adoption Intention* (AICAI). Selain itu, hubungan antara *AI Chatbot Awareness* (AICAW) dan *AI Chatbot Adoption Intention* (AICAI) yang dimediasi oleh *Perceived Intelligence* (PI) juga tidak menunjukkan signifikansi.
3. Hasil pengujian hipotesis memperlihatkan bahwa *Perceived Trust* (PT) bertindak sebagai moderator yang signifikan dalam keterkaitan antara *AI Chatbot Awareness* (AICAW) dengan *Perceived Ease of Use* (PE), *Perceived Usefulness* (PU), dan *Perceived Intelligence* (PI). Artinya, kepercayaan pengguna terhadap *AI Chatbot* dapat memberikan hubungan antara persepsi pengguna terhadap kemudahan pemakaian, kegunaan, serta kecerdasan teknologi ini.

5.2 Saran

Berlandaskan hasil kajian ini, berikut rekomendasi untuk penelitian selanjutnya:

1. Penelitian yang akan datang bisa memakai model pendekatan tidak sama, contoh DeLone & McLean atau UTAUT.
2. Penelitian selanjutnya dapat meningkatkan jumlah responden dan menggunakan teknik *sampling* yang berbeda sehingga hasil penelitian lebih dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih luas.
3. Penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan penelitian di lingkungan Perguruan Tinggi Swasta atau di kota lain untuk membandingkan tingkat penerimaan AI *Chatbot* di berbagai institusi pendidikan.