



SKRIPSI

EVALUASI PENERIMAAN GENERASI Z TERHADAP APLIKASI GEMINI MENGUNAKAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)

NENSYA KATHERIN BUNGA IVANISA

NPM 21082010113

DOSEN PEMBIMBING

Arista Pratama, S.Kom, M.Kom

Siti Mukaromah, S.Kom, M.Kom

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SURABAYA
2025**

Halaman ini sengaja dikosongkan

LEMBAR PENGESAHAN

EVALUASI PENERIMAAN GENERASI Z TERHADAP APLIKASI GEMINI MENGUNAKAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Oleh:

NENSYA KATHERIN BUNGA IVANISA

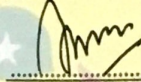
NPM. 21082010113

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Prodi Sistem Informasi
Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur Pada tanggal 4 Juni
2025

Menyetujui

Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.

NPT. 171199 10 320052



..... (Pembimbing I)

Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom.

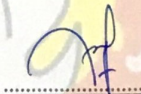
NIP. 198107042021212011



..... (Pembimbing II)

Asif Farogi, S.Kom., M.Kom.

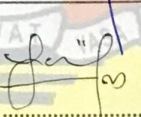
NIP. 19870519208031001



..... (Ketua Penguji)

Eristya Maya Safitri, S.Kom., M.Kom.

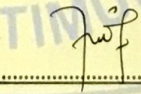
NIP. 199303162019032020



..... (Anggota Penguji II)

Rafika Rahmawati, S.Kom., M.Kom., MBA

NIP. 199710122024062001



..... (Anggota Penguji III)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komputer



Prof. Dr. Ir. Novirina Hendrasarie, MT.

NIP. 19681126 1994032 001

Halaman ini sengaja dikosongkan

LEMBAR PERSETUJUAN

**EVALUASI PENERIMAAN GENERASI Z TERHADAP APLIKASI GEMINI
MENGUNAKAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL**

(TAM)

Oleh:

NENSYA KATHERIN BUNGA IVANISA

NPM. 21082010113



Menyetujui,

**Koordinator Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Ilmu Komputer**

Agung Brastama Putra, S.Kom., M.Kom.

NIP. 19851124 2021211 003

Halaman ini sengaja dikosongkan

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nensya Katherin Bunga Ivanisa
NPM : 21082010113
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Ilmu Komputer

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 17 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan



Nensya Katherin

NPM. 21082010113

Halaman ini sengaja dikosongkan

ABSTRAK

Nama Mahasiswa / NPM : Nensya Katherin Bunga Ivanisa / 21082010113
Judul Skripsi : Evaluasi Penerimaan Generasi Z Terhadap Gemini Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)
Dosen Pembimbing : 1. Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.
2. Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom.

Gemini merupakan aplikasi kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* yang dikembangkan oleh Google untuk membantu pengguna dalam berbagai aktivitas seperti pencarian informasi, pembuatan konten, dan interaksi berbasis teks atau suara. Gemini dirancang untuk memberikan pengalaman pengguna yang cerdas, responsive, dan personal. Namun meskipun memiliki dukungan teknologi yang kuat dari Google dan kemampuan yang canggih, tingkat popularitas Gemini masih tertinggal jauh dibanding pesaing utamanya seperti ChatGPT yang ditunjukkan oleh jumlah kunjungan pengguna yang lebih rendah. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai tingkat penerimaan pengguna terhadap Gemini, khususnya di kalangan Generasi Z.

Skripsi ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana aplikasi Gemini dapat diterima oleh Generasi Z. Untuk mencapai tujuan tersebut, skripsi ini menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Skripsi ini melibatkan 406 responden dan dianalisis menggunakan metode PLS-SEM dengan aplikasi SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa delapan dari sepuluh hipotesis diterima. Faktor seperti *Awareness*, *Perceived Enjoyment*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan. Namun, *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Ease of Use*, menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung mandiri dalam mengambil keputusan penggunaan teknologi. *Personalization* juga memperkuat hubungan antara persepsi kegunaan dan kemudahan terhadap niat penggunaan, meskipun dengan pengaruh yang lemah. Secara keseluruhan, Gemini berpotensi tinggi diterima oleh Generasi Z

jika terus dikembangkan dengan mempertimbangkan aspek personalisasi, kenyamanan, dan kemudahan penggunaan.

Kata Kunci: Gemini, *Artificial Intelligence* (AI), Generasi Z, Technology Acceptance Model (TAM), SEM-PLS

ABSTRACT

Student Name / NPM : Nensya Katherin Bunga Ivanisa / 21082010113
Thesis Title : *Evaluating Generation Z's Acceptance of Gemini Using the Technology Acceptance Model (TAM) Approach*
Advisor : 1. Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.
2. Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom.

Gemini is an artificial intelligence (AI) application developed by Google to assist users in various activities such as information searching, content creation, and text- or voice-based interactions. Gemini is designed to provide a smart, responsive, and personalized user experience.

This study aims to evaluate the extent to which Gemini is accepted by Generation Z. To achieve this objective, the research adopts the Technology Acceptance Model (TAM) framework. A total of 406 respondents participated in the study, and the data were analyzed using the PLS-SEM method with SmartPLS 4 software. However, despite having strong technological support from Google and advanced capabilities, Gemini's popularity still lags far behind its main competitor, ChatGPT, as indicated by its lower number of user visits. This raises questions about the level of user acceptance of Gemini, particularly among Generation Z

The results show that eight out of ten hypotheses were supported. Factors such as Awareness, Perceived Enjoyment, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use significantly influenced the intention to use. However, Social Influence did not significantly affect Perceived Ease of Use, indicating that Generation Z tends to make technology usage decisions independently. Personalization also strengthens the relationship between perceived usefulness and ease of use toward intention to use, albeit with a weak influence. Overall, Gemini shows high potential for acceptance among Generation Z, particularly if further developed by focusing on personalization, comfort, and ease of use.

Keywords: *Gemini, Artificial Intelligence (AI), Generation Z, Technology Acceptance Model (TAM), SEM-PLS*

Halaman ini sengaja dikosongkan

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa Syukur kepada Allah SWT atas segala kesempatan, Kesehatan, serta kasih sayang yang diberikan, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "**Evaluasi Penerimaan Generasi Z Terhadap Aplikasi Gemini Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)**" berkat limpahan rahmat dan izin-Nya. Dokumen skripsi ini disusun sebagai bagian dari persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komputer pada Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Dalam proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan dukungan luar biasa, baik dalam bentuk doa, semangat, maupun bantuan. Oleh karena itu, sebagai bentuk apresiasi, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghormatan secara khusus kepada:

1. Ibu Nisa'Umiani dan Bapak Urip, selaku kedua orang tua penulis yang sangat penulis cintai yang tiada henti memberikan doa, cinta, dan dukungan dalam setiap langkah perjalanan penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Juga kepada saudara kandung saya, Alviano dan Trialvino, serta seluruh keluarga besar penulis yang senantiasa menjadi penyemangat selama perjuangan skripsi ini.
2. Bapak Arista Pratama, S.Kom., M.Kom., selaku dosen promotor sekaligus dosen pembimbing I, yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dan ilmu berharga kepada penulis di setiap tahap proses penyusunan skripsi ini, sehingga seluruh laporan skripsi ini terselesaikan.
3. Ibu Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom., selaku dosen pembimbing II, yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan terus mendampingi dan mengarahkan penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
4. Ibu Eka Dyar Wahyuni, S.Kom., M.Kom., selaku dosen wali yang telah memotivasi dan mendukung penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Agung Brastama Putra, S.Kom., M.Kom., selaku koordinator program studi Sistem Informasi, Universitas Pembangunan Nasional

“Veteran” Jawa Timur, atas perannya dalam mendukung kelancaran studi penulis.

6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sistem Informasi, yang telah dengan tulus memberikan ilmu, pengetahuan, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
7. Para responden penelitian, yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi mengisi kuesioner, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
8. Teman-teman seperbimbingan, atas kerjasama, diskusi, dan ilmu, yang telah memberikan banyak wawasan baru kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh teman seperjuangan Sistem Informasi 2021, atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh studi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah banyak memberikan banyak bantuan dan dukungan yang tak ternilai kepada penulis selama proses ini. Terima kasih atas segala kebaikan dan kontribusi yang telah memperlancar perjalanan penulis hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis memahami bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan yang perlu diperbaiki. Oleh sebab itu, masukan serta kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan guna meningkatkan kualitas dan kesempurnaan karya tulis ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga laporan ini tetap dapat manfaat, baik bagi pembaca secara umum maupun bagi penulis khususnya.

Surabaya, April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	v
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR NOTASI	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Relevansi SI.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Evaluasi.....	21
2.2.2 Gen Z	22
2.2.3 Era Digital dan Kemajuan Teknologi Informasi.....	23
2.2.4 Artifical Intelligence (AI)	24
2.2.5 Chatbot.....	25
2.2.6 Gemini by Google.....	27
2.2.7 Technology Acceptance Model (TAM).....	32
2.2.8 Structural Equation Modelling – Partial Least Square (SEM-PLS)	34
2.2.9 Metode Pengumpulan Data.....	35

2.2.10 Populasi dan Sampel	36
2.2.11 Teknik Sampling.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Alur Penelitian	37
3.2 Identifikasi Masalah.....	37
3.3 Studi Literatur	38
3.4 Penentuan Model Konseptual	38
3.5 Penyusunan Hipotesis	39
3.5.1 Hubungan <i>Awareness</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	39
3.5.2 Hubungan <i>Awareness</i> terhadap <i>Social Influence</i>	40
3.5.3 Hubungan <i>Social Influence</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	40
3.5.4 Hubungan <i>Social Influence</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	41
3.5.5 Hubungan <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	42
3.5.6 Hubungan <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	43
3.5.7 Hubungan <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use Gemini</i>	43
3.5.8 Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Intention to Use Gemini</i> ...	44
3.5.9 Hubungan <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Personalization</i> terhadap <i>Intention to Use Gemini</i>	44
3.5.10 Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Personalization</i> terhadap <i>Intention to Use Gemini</i>	45
3.6 Penentuan Populasi dan Sampel	46
3.6.1 Metode Pengumpulan Data	46
3.6.2 Populasi	46
3.6.3 Sampel.....	46
3.6.4 Teknik <i>Sampling</i>	47
3.6.5 Sumber Pengumpulan Data	48
3.7 Penyusunan Instrumen Penelitian	48
3.8 Pengujian Instrumen	50
3.8.1 Uji Validitas.....	50
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	54
3.9 Penyebaran Kuesioner	55

3.9.1 Skala Likert.....	55
3.10 Pengolahan dan Analisis Data	56
3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif	56
3.10.2 Analisis Statistik Inferensial	56
3.10.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	57
3.10.2.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	58
3.10.2.3 Uji Hipotesis	59
3.11 Hasil dan Pembahasan	60
3.12 Penarikan Kesimpulan dan Saran	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Data Demografi Responden.....	61
4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.1.2 Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
4.1.4 Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Gemini	63
4.2 Pembahasan Analisis Deskriptif	64
4.2.1 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Awareness</i>	64
4.2.2 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Social Influence</i>	66
4.2.3 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Perceived Enjoyment</i>	68
4.2.4 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	70
4.2.5 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Perceive Ease of Use</i>	72
4.2.6 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Personalization</i>	74
4.2.7 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Intention to Use Gemini</i>	76
4.3 Pembahasan Analisis Statistik Inferensial	78
4.3.1 Outer Model	78
4.3.1.1 <i>Convergent Validity</i> (Validitas Konvergen).....	78
4.3.1.2 <i>Discriminant Validity</i> (Validitas Diskriminan).....	80
4.3.1.3 <i>Reliability</i> (Reliabilitas).....	82
4.3.2 Inner Model.....	83
4.3.2.1 R-Square.....	83
4.3.2.2 Effect Size (F-Square).....	84

4.3.2.3 Uji Multikolineritas	86
4.3.3 Pengujian Hipotesis	87
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	92
4.4.1 Hubungan Awareness terhadap Perceived Usefulness	92
4.4.2 Hubungan Awareness terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	94
4.4.3 Hubungan Social Influence terhadap Perceived Usefulness	H3:
Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>) Generasi Z terhadap Gemini berpengaruh positif terhadap kegunaannya (<i>Perceived Usefulness</i>)	96
4.4.4 Hubungan <i>Social Influence</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	98
4.4.5 Hubungan <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	99
4.4.6 Hubungan <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> ..	101
4.4.7 Hubungan Perceived Usefulness terhadap Intention to Use Gemini	103
4.4.8 Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Intention to Use Gemini</i>	105
4.4.9 Hubungan <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Personalization</i> terhadap <i>Intention to Use Gemini</i>	107
4.4.10 Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Personalization</i> terhadap <i>Intention to Use Gemini</i>	109
BAB V PENUTUP	111
5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penetrasi Internet di Indonesia pada 2024	1
Gambar 1.2 Grafik Jumlah Total Kunjungan Chatbot AI di Indonesia.....	3
Gambar 4.1 Hasil <i>bootstrapping</i>	88

Halaman ini sengaja dikosongkan

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian.....	48
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel <i>Awareness</i>	51
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel <i>Social Influence</i>	52
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel <i>Perceived Enjoyment</i>	52
Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	53
Tabel 3. 6 Uji Validitas Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	53
Tabel 3. 7 Uji Validitas Variabel <i>Personalization</i>	53
Tabel 3. 8 Uji Validitas Variabel <i>Intention to Use Gemini</i>	54
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	61
Tabel 4.2 Usia Responden.....	62
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	62
Tabel 4.4 Intensitas Penggunaan Gemini	63
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Awareness</i>	64
Tabel 4.6 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Awareness</i>	65
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Social Influence</i>	66
Tabel 4.8 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Social Influence</i>	67
Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Perceived Enjoyment</i>	68
Tabel 4.10 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Perceived Enjoyment</i>	69
Tabel 4.11 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	70
Tabel 4.12 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	71
Tabel 4.13 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	72
Tabel 4.14 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	73
Tabel 4.15 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Personalization</i>	74
Tabel 4.16 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Personalization</i>	75
Tabel 4.17 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Intention to Use Gemini</i>	76
Tabel 4.18 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Intention to Use Gemini</i>	77
Tabel 4.19 <i>Outer Loading</i>	79
Tabel 4. 20 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	80
Tabel 4.21 Nilai <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	80

Tabel 4.22 Nilai <i>Discriminant Validity Fornell-Larcker Criterion</i>	81
Tabel 4.23 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	82
Tabel 4. 24 Hasil R-Square.....	83
Tabel 4. 25 Hasil F-Square	85
Tabel 4.26 Uji Multikolineritas Variance Inflation Factor (VIF)	86
Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis.....	88

DAFTAR NOTASI

- n : Jumlah Sampel
z : Skor z pada kepercayaan
p : maksimal estimasi = 0,5
d : alpha (0,05) atau sampling eror = 5%

Halaman ini sengaja dikosongkan