



SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *ANTHROPOMORPHISM* TERHADAP *USAGE INTENTION* CHATBOT YUPI UPA-PKK MENGGUNAKAN MODEL UTAUT MODIFIKASI

BELINDA INGRIDINA

NPM 22082010143

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
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH *ANTHROPOMORPHISM* TERHADAP *USAGE INTENTION* CHATBOT YUPI UPA-PKK MENGGUNAKAN MODEL UTAUT MODIFIKASI

Oleh:

BELINDA INGRIDINA

NPM. 22082010143

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Prodi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur pada tanggal 24 Juni 2026.

Menyetujui,

Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.
NPT. 171199 10 320052

(Pembimbing I)

Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom.
NIP. 19810704 2021212 011

(Pembimbing II)

Tri Lathif Mardi Suryanto, S.Kom, M.T.
NIP. 19890225 2021211 001

(Ketua Penguji)

Tri Puspa Rinjeni, S.Kom., M.Kom.
NIP. 19960203 2024062 001

(Penguji II)

Rafika Rahmawati, S.Kom., M.Kom., MBA.
NIP. 19971012 2024062 001

(Penguji III)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komputer

Prof. Dr. Ir. Novirina Hendrasarie, M.T.

NIP. 19681126 1994032 001

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH *ANTHROPOMORPHISM* TERHADAP *USAGE*
INTENTION CHATBOT YUPI UPA-PKK MENGGUNAKAN MODEL
UTAUT MODIFIKASI**

Oleh:

BELINDA INGRIDINA

NPM. 22082010143

Menyetujui,

Koordinator Program Studi Sistem Informasi

Fakultas Ilmu Komputer



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

NIP. 19810704 2021212 011

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Belinda Ingridina
NPM : 22082010143
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Komputer

Menyatakan bahwa dalam dokumen 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 ditemukan indikasi plagiat dari 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, 13 Juli 2026

Mahasiswa



(Belinda Ingridina)

22082010143

ABSTRAK

Nama Mahasiswa / NPM : Belinda Ingridina / 22082010143
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Anthropomorphism* terhadap
Usage Intention Chatbot Yupi UPA-PKK
Menggunakan Model UTAUT Modifikasi
Dosen Pembimbing : Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.
Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom.

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) mendorong UPA-PKK UPN “Veteran” Jawa Timur mengimplementasikan *chatbot* Yupi yang dilengkapi avatar virtual berbasis *anthropomorphism* sebagai layanan informasi karir. Namun, efektivitas penerapan konsep *anthropomorphism* dalam meningkatkan penerimaan dan *usage intention* pengguna terhadap *chatbot* tersebut belum diketahui secara empiris. Selain itu, belum terdapat penelitian yang secara spesifik menguji pengaruh tersebut pada *chatbot* layanan karir di perguruan tinggi negeri Indonesia. Skripsi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *anthropomorphism* terhadap *usage intention chatbot* Yupi UPA-PKK berdasarkan model UTAUT yang telah dimodifikasi. Pendekatan kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 403 responden yang merupakan alumni UPN “Veteran” Jawa Timur dengan analisis data menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Hasil menunjukkan bahwa *anthropomorphism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap seluruh variabel, yakni *perceived ease of use*, *performance expectancy*, *social influence*, *initial trust*, *customer experience*, dan *usage intention*. Skripsi ini menegaskan bahwa *chatbot* berbasis *anthropomorphism* merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan penerimaan dan intensitas penggunaan layanan berbasis kecerdasan buatan, khususnya *chatbot* Yupi.

Kata Kunci: *chatbot*, *anthropomorphism*, *usage intention*, *customer experience*, UTAUT.

ABSTRACT

Student Name / NPM : Belinda Ingridina / 22082010143
Thesis Title : Analysis of the Influence of Anthropomorphism
on the Usage Intention of UPA-PKK's Yupi
Chatbot Using a Modified UTAUT Model
Advisor : Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.
Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom.

The development of Artificial Intelligence (AI) technology has driven UPA-PKK of UPN "Veteran" Jawa Timur to implement Yupi, a chatbot equipped with a virtual avatar based on the concept of anthropomorphism, as a career information service. However, the effectiveness of anthropomorphism in enhancing users' acceptance and usage intention toward the chatbot has not yet been empirically established. Furthermore, no previous study has specifically examined this relationship in career service chatbots at Indonesian public universities. This research aims to analyze the influence of anthropomorphism on the usage intention of the UPA-PKK Yupi chatbot based on a modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model. A quantitative approach was employed by collecting data through questionnaires administered to 403 respondents who were alumni of UPN "Veteran" Jawa Timur, with data analysis performed using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results indicate that anthropomorphism has a positive and significant influence on all variables, namely perceived ease of use, performance expectancy, social influence, initial trust, customer experience, and usage intention. This study confirms that an anthropomorphism-based chatbot design approach is an effective strategy for increasing the acceptance and intensity of using AI-based services, particularly the Yupi chatbot.

Keywords: chatbot, anthropomorphism, usage intention, customer experience, UTAUT.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh *Anthropomorphism* terhadap *Usage Intention* Chatbot Yupi UPA-PKK Menggunakan Model UTAUT Modifikasi”**. Skripsi ini disusun sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Dengan demikian, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Mama dan Papa, selaku orang tua tercinta yang senantiasa menemani, memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Mba Benita, yang selalu menemani, menghibur, memberikan semangat, dan memberi dukungan tanpa henti.
2. Bapak Arista Pratama, S.Kom., M.Kom., selaku dosen pembimbing I sekaligus dosen wali, yang dengan sabar memberikan arahan, membimbing, serta memberi saran yang sangat berharga selama perkuliahan dan proses penyusunan skripsi.
3. Ibu Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom., selaku Kepala Program Studi Sistem Informasi sekaligus dosen pembimbing II, yang telah membimbing dan mengarahkan selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak dan Ibu dosen Sistem Informasi, yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
5. Alumni UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah meluangkan waktu dan berpartisipasi sebagai responden dalam skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat saya tercinta Aurell, Alya, Andin, Auli, Andeen, Devi, Grisska, Saniya, yang telah menemani dan memberi dukungan selama masa studi.
7. Teman-teman Sistem Informasi 2022, atas kebersamaan selama perkuliahan.

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan semangat selama proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dimasa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dimasa mendatang.

Surabaya, 1 Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Relevansi Sistem Informasi.....	7
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Dasar Teori.....	34
2.2.1 Kecerdasan Buatan.....	34
2.2.2 <i>Chatbot</i>	35
2.2.3 Avatar Virtual.....	37
2.2.4 <i>Chatbot Patriot Yupi</i>	37
2.2.5 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i>	38
2.2.6 <i>Anthropomorphism (Antropomorfisme)</i>	40
2.2.7 <i>Perceived Ease of Use</i>	40
2.2.8 <i>Initial Trust</i>	41
2.2.9 <i>Customer Experience</i>	42

2.2.10	<i>Usage Intention</i>	43
2.2.11	<i>Partial Least Squares – Structural Equation Modeling</i>	44
2.2.12	SmartPLS.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		47
3.1	Alur Penelitian.....	47
3.2	Identifikasi Masalah	47
3.3	Studi Literatur.....	48
3.4	Penentuan Model Konseptual.....	48
3.5	Penyusunan Hipotesis.....	49
3.5.1	Hubungan <i>Anthropomorphism</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> ..	49
3.5.2	Hubungan <i>Anthropomorphism</i> terhadap <i>Performance Expectancy</i>	50
3.5.3	Hubungan <i>Anthropomorphism</i> terhadap <i>Social Influence</i>	51
3.5.4	Hubungan <i>Anthropomorphism</i> terhadap <i>Initial Trust</i>	51
3.5.5	Hubungan <i>Anthropomorphism</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	52
3.5.6	Hubungan <i>Anthropomorphism</i> terhadap <i>Usage Intention</i>	53
3.5.7	Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	54
3.5.8	Hubungan <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	55
3.5.9	Hubungan <i>Social Influence</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	55
3.5.10	Hubungan <i>Initial Trust</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	56
3.5.11	Hubungan <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Usage Intention</i>	57
3.6	Definisi Operasional.....	57
3.7	Penentuan Populasi dan Sampel.....	59
3.7.1	Metode Pengumpulan Data	59
3.7.2	Populasi Utama.....	60
3.7.3	Sampel Utama	60
3.7.4	Teknik Pengambilan Sampel Utama	62
3.7.5	Sampel Pembandingan	62
3.7.6	Sumber Pengumpulan Data	63
3.8	Penyusunan Kuesioner	64
3.8.1	Penyusunan Kuesioner	64

3.8.2	Instrumen Penelitian.....	67
3.9	Pra Kuesioner	71
3.10	Pengujian Instrumen.....	71
3.10.1	Uji Validitas	72
3.10.2	Uji Reliabilitas	76
3.11	Penyebaran Kuesioner.....	77
3.11.1	Skala Likert	77
3.12	Pengolahan dan Analisis Data.....	78
3.12.1	<i>Data Cleaning</i>	78
3.12.2	Analisis Statistik Deskriptif	79
3.12.3	Analisis Statistik Inferensial	80
3.12.4	Analisis Pembandingan.....	85
3.13	Hasil dan Pembahasan.....	86
3.14	Penarikan Kesimpulan dan Saran.....	86
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		87
4.1	Pengolahan dan Analisis Data.....	87
4.1.1	<i>Data Cleaning</i>	87
4.1.2	Data Demografi Responden	93
4.1.3	Hasil dan Pembahasan Analisis Statistik Deskriptif.....	97
4.1.4	Hasil dan Pembahasan Analisis Statistik Inferensial	120
4.1.5	Hasil dan Pembahasan Analisis Pembandingan	139
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	141
4.2.1	Hubungan <i>Anthropomorphism</i> terhadap <i>Perceived Ease of Use</i>	142
4.2.2	Hubungan <i>Anthropomorphism</i> terhadap <i>Performance Expectancy</i>	144
4.2.3	Hubungan <i>Anthropomorphism</i> terhadap <i>Social Influence</i>	147
4.2.4	Hubungan <i>Anthropomorphism</i> terhadap <i>Initial Trust</i>	150
4.2.5	Hubungan <i>Anthropomorphism</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	152
4.2.6	Hubungan <i>Anthropomorphism</i> terhadap <i>Usage Intention</i>	155
4.2.7	Hubungan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	158

4.2.8	Hubungan <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	160
4.2.9	Hubungan <i>Social Influence</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	162
4.2.10	Hubungan <i>Initial Trust</i> terhadap <i>Customer Experience</i>	165
4.2.11	Hubungan <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Usage Intention</i>	167
4.2.12	Variabel Mediasi dalam Hubungan <i>Anthropomorphism</i> terhadap <i>Usage Intention</i>	170
4.2.13	Perbandingan Hasil Uji <i>Direct Effects</i> pada Kelompok Alumni dan Mahasiswa Tingkat Akhir	174
BAB V PENUTUP		177
5.1	Kesimpulan.....	177
5.2	Saran	177
DAFTAR PUSTAKA		179
LAMPIRAN		189

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Chatbot</i> Patriot Yupi [45].....	38
Gambar 2.2 UTAUT [46].....	39
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	47
Gambar 3.2 Model Konseptual [2].....	48
Gambar 4.1 Grafik <i>Outlier</i>	92
Gambar 4.2 Persebaran Program Studi Responden	94
Gambar 4.3 Persebaran Tahun Lulus Responden	95
Gambar 4.4 Persebaran Gender Responden.....	96
Gambar 4.5 Hasil <i>Bootstrapping</i>	132
Gambar 4.6 Persebaran Program Studi Mahasiswa Tingkat Akhir	140

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2 Variabel Signifikan Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Variabel Penelitian.....	58
Tabel 3.2 Penyusunan Kuesioner	64
Tabel 3.3 Kebutuhan Data.....	66
Tabel 3.4 Instrumen Penelitian	68
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Anthropomorphism</i>	73
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	73
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Performance Expectancy</i>	74
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Influence</i>	74
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Initial Trust</i>	75
Tabel 3.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Experience</i>	75
Tabel 3.11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Usage Intention</i>	75
Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 3.13 Skala Likert	77
Tabel 3.14 Kriteria Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	81
Tabel 3.15 Kriteria Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	83
Tabel 4.1 Hasil Pengecekan Kesesuaian Sampel	88
Tabel 4.2 Hasil Pengecekan Duplikasi Data	90
Tabel 4.3 Hasil Pengecekan <i>Missing Value</i>	90
Tabel 4.4 Hasil Pengecekan Jawaban Berpola.....	91
Tabel 4.5 Hasil Pengecekan <i>Outlier</i>	93
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Anthropomorphism</i>	97
Tabel 4.7 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Anthropomorphism</i>	98
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	100
Tabel 4.9 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	101
Tabel 4.10 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Performance Expectancy</i>	104
Tabel 4.11 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Performance Expectancy</i>	105
Tabel 4.12 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Social Influence</i>	107
Tabel 4.13 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Social Influence</i>	108

Tabel 4.14 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Initial Trust</i>	110
Tabel 4.15 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Initial Trust</i>	111
Tabel 4.16 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Customer Experience</i>	114
Tabel 4.17 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Customer Experience</i>	114
Tabel 4.18 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Usage Intention</i>	117
Tabel 4.19 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Usage Intention</i>	118
Tabel 4.20 Hasil Uji <i>Outer Loadings</i>	121
Tabel 4.21 Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	122
Tabel 4.22 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	123
Tabel 4.23 Nilai <i>Cross Loadings</i>	124
Tabel 4.24 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	126
Tabel 4.25 Hasil <i>R-Square</i>	127
Tabel 4.26 Hasil <i>Q-Square</i>	128
Tabel 4.27 Hasil <i>F-Square</i>	129
Tabel 4.28 Hasil Uji Multikolinearitas	130
Tabel 4.29 <i>Path Coefficients</i>	132
Tabel 4.30 <i>Indirect Effects</i>	138
Tabel 4.31 Hasil Uji <i>Direct Effects</i> Analisis Perbandingan	140
Tabel 4.32 Perbandingan Hasil Uji <i>Direct Effects</i>	174

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Izin Penelitian	189
Lampiran 2. Kuesioner.....	190
Lampiran 3. Bukti Penyebaran Kuesioner	198
Lampiran 4. Proses <i>Data Cleaning</i>	199
Lampiran 5. Uji Pra Kuesioner	200
Lampiran 6. <i>Outer Loadings</i>	204
Lampiran 7. <i>Cronbach's alpha</i> , <i>Composite reliability</i> , dan AVE	204
Lampiran 8. <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	205
Lampiran 9. <i>Cross Loadings</i>	205
Lampiran 10. Uji <i>R-square</i>	206
Lampiran 11. Uji <i>Q-square</i>	206
Lampiran 12. Uji <i>f-square</i>	206
Lampiran 13. Uji VIF.....	207
Lampiran 14. Hasil <i>Bootstrapping</i>	207
Lampiran 15. <i>Path Coefficients</i>	208
Lampiran 16. <i>Direct Effects</i> Pembanding	208
Lampiran 17. Pendukung Rekomendasi Praktis	208