

Analisis Penerimaan Pengguna *Chatgpt* pada Gen Z dengan Menggunakan Metode UTAUT dan TPB

Analysis of ChatGPT User Acceptance Among Gen Z using UTAUT and TPB Methods

¹Defri Indra Putra*, ²Mona Fronita, ³Angraini, ⁴Megawati

^{1,2,3}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

^{1,2,3,4}Jl. HR. Soebrantas No.Km.Rw.15, Simpang Baru, Kota Pekanbaru, Riau 28293

*e-mail: defriindraputra291222@gmail.com

(received: 18 May 2025, revised: 26 May 2025, accepted: 27 May 2025)

Abstrak

Kemajuan teknologi digital telah menghadirkan berbagai inovasi, salah satunya adalah *ChatGPT*, sebuah model bahasa berbasis kecerdasan buatan (AI) yang semakin populer di kalangan generasi muda, khususnya Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan *ChatGPT* oleh Gen Z dengan menggabungkan dua pendekatan teoritis, yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Berdasarkan analisis data menggunakan metode *Structural Equation Modeling* dengan pendekatan *Partial Least Square* (SEM-PLS), dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variabel yang diteliti, dengan nilai R^2 sebesar 0,722 untuk *behavioral intention* dan 0,687 untuk *use behavior*. Artinya, variabel-variabel dalam model mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam niat dan perilaku penggunaan *ChatGPT*. Dari sepuluh hipotesis yang diajukan, hanya empat hubungan yang terbukti signifikan yaitu, *Perceived Behavioral Control* terhadap *Behavioral Intention*, *Perceived Behavioral Control* terhadap *Use Behavior*, *Habit* terhadap *Behavioral Intention* dan *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*. Sebanyak 96 responden yang merupakan Gen Z yang berdomisili pekanbaru, dan metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *simple random sampling*, dengan penyebaran kuesioner secara acak ke beberapa grup WhatsApp. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi individu atas kemudahan atau kendali dalam menggunakan *ChatGPT* serta kebiasaan penggunaan memiliki peran penting dalam menentukan niat dan perilaku aktual penggunaan. Sebaliknya, variabel seperti *subjective norm*, *attitude toward behavior*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *hedonic motivation*, dan *facilitating condition* tidak memberikan pengaruh yang signifikan dalam konteks ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor internal seperti persepsi kontrol dan kebiasaan lebih dominan dalam memengaruhi penggunaan *ChatGPT* dibandingkan faktor eksternal atau sosial. Temuan ini mengindikasikan pentingnya perancangan fitur yang mendukung kontrol pengguna dan membentuk kebiasaan penggunaan yang positif.

Kata kunci: *chatgpt*, generasi z, penerimaan pengguna, *theory of planned behavior*, *unified theory of acceptance and use of technology*

Abstract

The rapid advancement of digital technology has led to various innovations, one of which is *ChatGPT*—a language model powered by artificial intelligence (AI) that has gained significant popularity among younger generations, particularly Generation Z. This study aims to analyze the factors influencing the acceptance and use of *ChatGPT* among Gen Z by integrating two theoretical frameworks: the *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) and the *Theory of Planned Behavior* (TPB). Based on data analysis using *Structural Equation Modeling* with the *Partial Least Squares* (SEM-PLS) approach, the research model demonstrates strong explanatory power, with an R^2 value of 0.722 for *behavioral intention* and 0.687 for *use behavior*. This indicates that the variables within the model account for a substantial proportion of the variance in the intention and actual use of *ChatGPT*. Out of the ten hypotheses tested, only four relationships were found to be

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

statistically significant: Perceived Behavioral Control → Behavioral Intention, Perceived Behavioral Control → Use Behavior, Habit → Behavioral Intention, and Behavioral Intention → Use Behavior. The study involved 96 Gen Z respondents residing in Pekanbaru, selected using a simple random sampling technique. Data were collected through the random distribution of questionnaires in various WhatsApp groups. The findings indicate that individual perceptions of control and habitual use play a crucial role in determining both the intention and actual behavior of using ChatGPT. In contrast, variables such as subjective norm, attitude toward behavior, performance expectancy, effort expectancy, hedonic motivation, and facilitating conditions did not show significant influence in this context. These results suggest that internal factors—particularly perceived behavioral control and user habits—are more dominant in influencing ChatGPT usage among Gen Z than external or social factors. Therefore, it is essential to design features that enhance user autonomy and promote the formation of positive usage habits.

Keywords: *chatgpt, generation z, user acceptance, theory of planned behavior, unified theory of acceptance and use of technology*

1 Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital memberikan kontribusi terhadap banyak perubahan signifikan pada berbagai aspek kehidupan termasuk pendidikan. Salah satu kemajuan teknologi terkini adalah *Chat GPT (Generative Pre-trained Transformer)*, sebuah model bahasa berbasis Kecerdasan Buatan (AI) dari *OpenAI* [1] [2]. Di Indonesia, penggunaan AI menghadapi kendala terkait infrastruktur teknologi, literasi digital, dan penerimaan budaya [3]. Masalah ini terutama berdampak pada pendidik dan mahasiswa, terutama di daerah dengan keterbatasan ketersediaan teknologi dan sumber daya. Upaya untuk mengatasi kendala tersebut telah mencakup program literasi digital, lokakarya, dan langkah-langkah pemerintah dengan tujuan meningkatkan aksesibilitas dan mendorong penerimaan/penggunaan [4]. Namun demikian, upaya-upaya ini sering kali mengabaikan interaksi rumit antara persepsi dan perilaku pengguna, yang ingin dipahami dalam penelitian ini. Dari sudut pandang teoritis, penggunaan *Chat GPT* dalam pendidikan bertepatan dengan diskusi berkelanjutan mengenai fungsi AI dalam proses perolehan pengetahuan. Menurut penelitian sebelumnya, kecerdasan buatan dapat memberikan manfaat dalam bidang pendidikan, termasuk pengalaman belajar yang disesuaikan dan peningkatan keterlibatan siswa [5]. Namun, kekhawatiran tentang bias, variasi dalam akses ke sumber daya digital, dan *privasi* data juga menjadi perhatian penelitian [6]. Meskipun hal ini terutama terlihat di negara-negara berkembang seperti Indonesia, di mana tingkat adopsi teknologi sangat berbeda, masalah ini tidak terbatas pada waktu atau tempat. Berbagai cara telah digunakan untuk memeriksa dan membahas masalah ini dalam literatur akademik, termasuk model penerimaan teknologi, pertimbangan etika, dan dampak pedagogis [7].

ChatGPT dapat digunakan untuk berbagai aplikasi, seperti virtual dan alat bantu pembelajaran, karena dapat menghasilkan teks yang sangat mirip dengan tulisan manusia [8] [9]. Namun, penggunaan *ChatGPT* dalam pendidikan menghadapi beberapa tantangan salah satu tantangan utama adalah informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor tersebut dengan menggabungkan dua kerangka teoritis, Teori Terpadu Penerimaan dan Penggunaan Teknologi 2 (UTAUT) dan Teori Perilaku Terencana (TPB). UTAUT menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi *Behavioral Intention* dan GPTU yang mencakup *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Hedonic Motivation, Facilitating Conditions, dan Habits* [10]. Dalam studi ini, TPB menekankan tiga faktor utama yang menentukan BI dan GPTU: *Attitudes Toward, Subjective Norm, dan Perceived Behavioral Control* [11]. Kombinasi UTAUT dan TPB meningkatkan pemahaman tentang komponen teknis, psikologis, dan sosial yang memengaruhi BI dan penggunaan sistem atau teknologi [12] [13]. Studi ini berbeda dari penelitian sebelumnya dengan meneliti *ChatGPT* dalam pendidikan tinggi. Terlepas dari fakta bahwa penelitian sebelumnya telah membahas penggunaan AI secara luas dalam pendidikan [14]. Penelitian terdahulu telah menguji model UTAUT dan TPB dalam berbagai konteks, integrasi kedua model mampu menjelaskan 75,6% varians dalam niat penggunaan teknologi *ChatGPT*. [15]

Etika dan regulasi terkait penggunaan *Generative AI* (GenAI) masih berada dalam tahap perkembangan, seiring dengan upaya untuk memahami arah dan dampak dari teknologi ini. Oleh karena itu, kebijakan penggunaan GenAI dalam kegiatan pembelajaran perlu dirancang sebagai dokumen yang fleksibel dan terus diperbarui, selaras dengan peraturan yang berlaku serta responsif terhadap kemajuan teknologi yang cepat. Selain itu, kebijakan ini juga berpotensi mengintegrasikan hasil-hasil riset yang dihasilkan oleh sivitas akademika di lingkungan perguruan tinggi sebagai bagian dari proses evaluasi dan pengembangan berkelanjutan [16]

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, sangat aktif mengadopsi teknologi baru. Sebagai digital natis cepat menggunakan teknologi untuk membantu aktivitas sehari-hari [7]. Sangat penting untuk memahami bagaimana generasi ini menerima dan menggunakan *ChatGPT* untuk pengembangan dan penerapan teknologi AI di masa depan.

Terdapat penelitian terdahulu namun, hanya sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji penerimaan *ChatGPT* oleh Gen Z di Indonesia dengan menggabungkan UTAUT dan TPB. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk mengisi celah ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis *SmartPLS* untuk menganalisis pengaruh komponen teknis, sosial, dan psikologis terhadap penerimaan *ChatGPT* di kalangan Gen Z di Pekanbaru.

Smart PLS diterapkan pada regresi linear dan dimaksudkan untuk pengolahan data atau angka melalui analisis persamaan struktural [17]. Ini memiliki kemampuan yang luas untuk mengelola dan menganalisis data dalam konteks model regresi dan struktural. Sangat penting untuk diingat bahwa versi 4 dari *Smart PLS* hanya tersedia untuk sistem operasi Windows versi 32bit. *Smart PLS* memiliki kelebihan dalam hal kemudahan penggunaan dan harganya yang lebih murah. Namun, kekurangannya adalah bahwa program ini tidak dapat menangani semua jenis Model Persamaan Struktural (SEM). Ini karena *Smart PLS* dirancang untuk mengolah data SEM dengan sampel kecil, sehingga tidak sesuai untuk penelitian dengan sampel besar [18].

2 Tinjauan Literatur

Penerimaan teknologi merupakan topik penting dalam studi sistem informasi, khususnya pada adopsi teknologi kecerdasan buatan seperti *ChatGPT*. *ChatGPT* adalah aplikasi berbasis AI yang dikembangkan oleh *OpenAI* dan dapat menghasilkan teks secara natural melalui pemrosesan bahasa alami [2]. Teknologi ini memiliki potensi besar dalam pendidikan, namun adopsinya masih dipengaruhi oleh berbagai faktor [5], terutama di kalangan Generasi Z, yakni individu yang lahir antara 1997–2012 dan sangat lekat dengan teknologi digital [19].

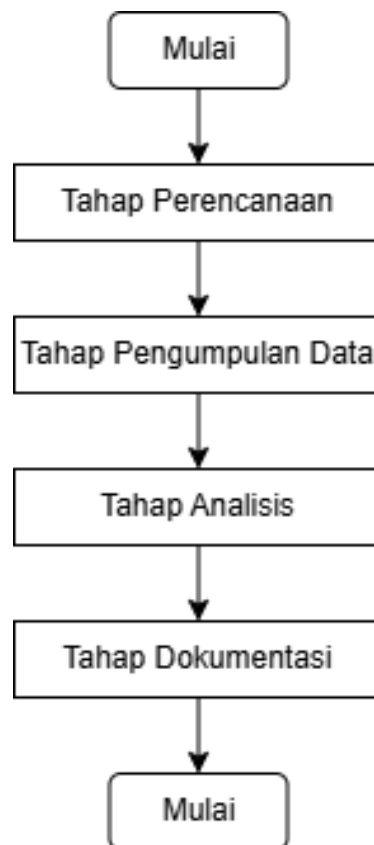
Kombinasi model UTAUT dan TPB digunakan untuk melihat bagaimana penerimaan *ChatGPT* dipengaruhi. UTAUT membahas niat perilaku dan penggunaan teknologi melalui variabel seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, dan *habit* [10]. Sebaliknya, TPB berfokus pada *attitude toward*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*.

Penelitian terdahulu oleh Habibi et al [15] membuktikan bahwa kombinasi UTAUT dan TPB efektif dalam menjelaskan penerimaan *ChatGPT* di kalangan mahasiswa. Penelitian lain oleh Maulana et al menunjukkan bahwa hanya sebagian konstruk UTAUT yang signifikan dalam konteks teknologi finansial [20], dan pengaruh positif TPB terhadap penerimaan e-learning. Pada penelitian Syahrul Maulana et al [20] bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap platform investasi Bareksa dengan menggunakan model UTAUT. Data dikumpulkan dari 120 pengguna melalui teknik kuota sampling dan dianalisis menggunakan SEM dengan metode bootstrapping. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor *Effort Expectancy* dan *Behavioral Intention* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pengguna, sedangkan *Performance Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh signifikan.

Namun, hanya sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji penerimaan *ChatGPT* oleh Gen Z di Indonesia dengan menggabungkan UTAUT dan TPB. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk mengisi celah ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis *SmartPLS* untuk menganalisis pengaruh komponen teknis, sosial, dan psikologis terhadap penerimaan *ChatGPT* di kalangan Gen Z di Pekanbaru.

3 Metode Penelitian

Di penelitian melibatkan langkah-langkah untuk mengumpulkan, menganalisis, dan merangkul data untuk mencapai tujuan penelitian ini. Proses metode penelitian yang dilakukan terdapat pada Gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Metode penelitian

3.1 Tahap Perencanaan

Pada tahap perencanaan, terdapat beberapa yang dilakukan di dalam penelitian ini. Pertama, peneliti menentukan topik dan metode yang akan digunakan dalam penelitian, yaitu menggabungkan dua pendekatan teoris, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Selanjutnya, peneliti menetapkan objek penelitian, yaitu penerimaan pengguna *ChatGPT* pada Gen Z. Pada tahapan ini juga dilakukan studi pustaka sebagai landasan teoritis untuk mendukung penelitian. Dalam tahap ini, peneliti mencari dan membaca berbagai buku dan jurnal ilmiah yang relevan dengan topik penelitian.

3.2 Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini, data dikumpulkan untuk mengetahui lebih banyak tentang masalah yang diteliti. Dari data yang dikumpulkan akan dapat diketahui mengenai penerimaan pengguna *ChatGPT* pada Gen Z. Metode yang digunakan yaitu dengan penyebaran kuesioner secara acak ke beberapa grup WhatsApp. Kuesioner pada penelitian ini dibuat dengan menggunakan skala Likert 5 poin. Pada penelitian ini data yang sudah terkumpul akan di olah pada tahap berikutnya di dalam penelitian.

a. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan ciri yang menggambarkan identitas responden yang membedakan antara satu responden dengan responden yang lain. responden pada penelitian ini sebanyak 96 orang yang berasal dari pekanbaru.

Karakteristik responden pada penelitian ini yaitu:

1. Usia

Usia merupakan tingkatan umur seseorang. Adapun rentan usia responden dalam penelitian ini yaitu responden yang berusia 18-27 tahun. Hal ini bertujuan agar informasi yang diperoleh lebih beragam dan mewakili kelompok usia yang dianggap mengetahui informasi

terkait penerimaan pengguna *chatgpt*. Berikut tabel karakteristik responden berdasarkan usia.

Tabel 1. Usia responden

Usia
18 – 21 Tahun
22 – 24 Tahun
25 – 27 Tahun

2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan yang membedakan antara laki-laki dan perempuan, adapun jenis kelamin yang diambil adalah gen z yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang berada di pekanbaru. Berikut tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 2. Jenis Kelamin responden

Jenis Kelamin
Laki-Laki
Perempuan

3. Domisili

Responden dikategorikan berdasarkan domisili, domisili disini diambil dari gen z yang berada di pekanbaru. Berikut tabel karakteristik responden berdasarkan domisili.

Tabel 3. Domisili responden

Domisili
Pekanbaru

b. Kuesioner Penelitian

Penyebaran kuesioner untuk mengetahui komponen tingkat penerimaan pengguna chat gpt pada gen z. Kuesioner yang digunakan dalam bentuk skala *likert* pada tabel 4 dibawah ini:

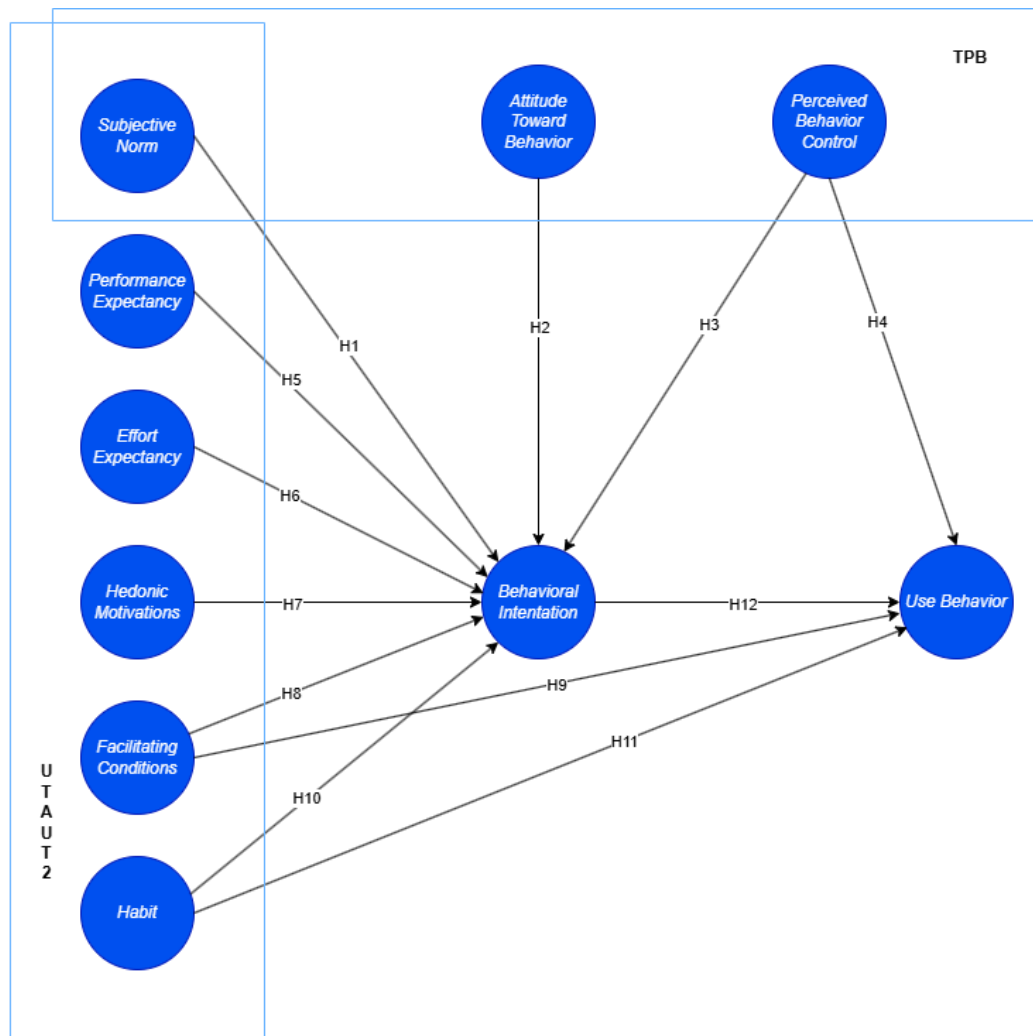
Tabel 4. Variabel dan indikator

No	Variabel	Pernyataan
1.	<i>Performance Expectancy</i> [21]	PE1 Saya percaya <i>ChatGpt</i> membantu saya menyelesaikan tugas lebih cepat.
		PE2 <i>ChatGpt</i> meningkatkan produktivitas saya dalam belajar.
		PE3 <i>ChatGpt</i> membantu saya mendapatkan informasi yang saya butuhkan dengan lebih efektif.
2.	<i>Effort Expectancy</i> [21]	EE1 Saya percaya <i>ChatGpt</i> sangat mudah untuk digunakan.
		EE2 Mempelajari cara menggunakan <i>ChatGpt</i> sangat mudah bagi saya.
		EE3 Interaksi dengan <i>ChatGpt</i> jelas dan mudah dipahami.
3.	<i>Hedonic Motivations</i> [21]	HM1 Menggunakan <i>ChatGPT</i> melalui perangkat mobile adalah kegiatan yang menyenangkan.
		HM2 Menggunakan <i>ChatGPT</i> melalui

			perangkat mobile adalah kegiatan yang sangat menghibur.
		HM3	Menggunakan <i>ChatGPT</i> melalui perangkat <i>mobile</i> memberikan pengalaman yang menyenangkan.
4.	<i>Facilitating Conditions</i> [21]	FC1	Saya dapat memperoleh bantuan dari orang lain ketika kesulitan menggunakan <i>ChatGpt</i> .
		FC2	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan <i>ChatGpt</i> .
		FC3	<i>ChatGpt</i> kompatibel dengan teknologi yang saya gunakan.
5.	<i>Habit</i> [21]	H1	Penggunaan <i>ChatGPT</i> telah menjadi kebiasaan bagi saya
		H2	Saya merasa terikat (kecanduan) dengan penggunaan <i>ChatGPT</i> .
		H3	Saya merasa harus menggunakan <i>ChatGPT</i> dalam aktivitas sehari-hari.
6.	<i>Attitude Toward Behavior</i> [22]	ATB1	Menurut saya menggunakan <i>ChatGPT</i> membantu saya menyelesaikan tugas lebih cepat.
		ATB2	Saya merasa nyaman dan menyenangkan berinteraksi dengan <i>ChatGPT</i> .
7.	<i>Subjective Norm</i> [22]	SN1	Saya setuju bahwa menggunakan <i>ChatGPT</i> untuk membantu menyelesaikan tugas.
		SN2	Saya setuju bahwa penggunaan <i>ChatGpt</i> akan diterima dalam lingkungan sosial saya.
8.	<i>Perceived Behavioral Control</i> [21]	PBC1	Saya merasa mampu untuk mengatasi masalah teknis saat menggunakan <i>ChatGpt</i> .
		PBC2	Saya percaya bahwa saya dapat dengan mudah belajar menggunakan fitur-fitur baru di <i>ChatGpt</i> .
9.	<i>Behavioral Intention</i> [21]	BI1	Saya berniat untuk terus menggunakan <i>ChatGPT</i> di masa mendatang.
		BI2	Saya akan selalu berupaya menggunakan <i>ChatGPT</i> dalam aktivitas sehari-hari.
		BI3	Saya berencana untuk menggunakan <i>ChatGPT</i> secara berkelanjutan dan sering.
10.	<i>Use Behavioral</i> [21]	UB1	Saya menggunakan <i>ChatGPT</i> secara teratur dalam aktivitas sehari-hari.
		UB2	Saya percaya <i>ChatGPT</i> menjadi bagian penting dari kegiatan digital saya.

c. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual, juga dikenal sebagai model penelitian ini, adalah kumpulan ide yang dapat diatur atau disusun untuk menyelesaikan masalah. Struktur konseptual ini menjelaskan bagaimana variabel independen (yang dimaksudkan sebagai variabel tidak terikat), variabel mediator, dan variabel dependen (yang dimaksudkan sebagai variabel terikat atau yang dipengaruhi). Gambar 1 menunjukkan model konseptual:



Gambar 2. Model konseptual [15]

3.3 Tahap Analisis

Peneliti mengambil keputusan untuk menggunakan model UTAUT dan TPB, yang terdiri dari lima variabel utama: *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating conditions*, *hedonic motivations*, dan *habit*. Peneliti juga memutuskan untuk menambahkan variabel kepercayaan sebagai variabel tambahan dalam penelitian ini.

3.4 Tahap Dokumentasi

Pada tahap dokumentasi, laporan disusun sesuai dengan format penulisan tugas akhir yang berlaku. Semua temuan yang diperoleh selama penelitian didokumentasikan pada tahap ini untuk menghasilkan laporan akhir penelitian.

4 Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menjelaskan hasil yang dicapai oleh prosedur sebelumnya. Pembahasan secara mendetail akan dilakukan mulai dari tahap perencanaan, pengumpulan data, analisis dan dokumentasi hingga kesimpulan dibuat berdasarkan metodologi penelitian yang telah ditetapkan.

4.1 Hasil Analisis Demografi

Berdasarkan data yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti diperoleh responden sebanyak 96 orang. Berikut adalah rumus *lemeshow* yang digunakan:

$$n = \frac{Z^2 \times (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = fokus kasus/maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error = 10%

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah:

$$n = \frac{Z^2 \times P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - P)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Maka nilai sampelnya adalah 96,04. Penelitian ini menggunakan skala likert 5 poin, di mana 1 menunjukkan sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 netral, 4 setuju, dan 5 sangat setuju. Pada langkah ini, peneliti menganalisis jawaban responden, terutama bagian profil, untuk mengumpulkan informasi tentang karakteristik responden. Berikut ini adalah data demografis yang berhasil dikumpulkan penelitian.

Tabel 5. Hasil analisis demografi

Item	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	52	54.17%
Perempuan	44	45.83%
Usia		
18 - 21 Tahun	61	61%
22 - 24 Tahun	35	35%
25 - 27 Tahun	4	4%
Domisili		
Ya	92	92%
Tidak	8	8%

Berdasarkan data demografi yang ditampilkan pada Tabel 4.1. Peneliti memaparkan hasil analisis terkait data demografi sebagai berikut.

1. Jenis Kelamin

Berdasarkan data demografi dengan kriteria Jenis Kelamin dari 96 responden yang berhasil dikumpulkan menunjukkan bahwa responden didominasi oleh Laki-laki sebanyak 56 orang (56%). Sedangkan sisanya adalah Perempuan sebanyak 44 orang (44%).

2. Usia

Berdasarkan usia responden dinyatakan responden didominasi oleh Gen Z, dengan 61 orang (61%) dalam rentang usia 18-21 tahun. Rentang usia 22-24 tahun terdiri dari 35 orang (35%), dan rentang usia 25-27 tahun terdiri dari 4 orang (4%).

3. Domisili

Berdasarkan grafik dengan kriteria domisili pekanbaru menunjukkan bahwa domisili pekanbaru sebanyak 92 orang (92%) dan sebanyak 8 orang (8%) menjawab tidak.

4.2 Analisis Outer Model

a. Analisis Loading, Reability and Convergent Validity

Beberapa hal yang harus diperhatikan adalah bagian Realibility, convergen validity, dan discriminant validity saat mengukur luar model dengan menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEMPLS). Agar hasilnya diterima, persyaratan untuk menilai validitas convergen dan validitas diskriminan antar konstruk adalah nilai *loading* dan *cronbach's alpha* (CA) harus setidaknya 0.7 reliabilitas komposit (CR) harus setidaknya 0.8 dan nilai *average variance extracted* (AVE) harus setidaknya 0.5.

Tabel 6. Analisis loading, reability and convergent validity

Variabel	ITEM	LOADING	VIF	CA	CR	AVE
<i>Performance Expectancy</i>	PE1	0.636	1.294	0.568	0.763	0.519
	PE2	0.785	1.075			
	PE3	0.732	1.311			
<i>Effort Expectancy</i>	EE1	0.784	1.343	0.583	0.780	0.544
	EE2	0.622	1.142			
	EE3	0.795	1.217			
<i>Hiconic Motivations</i>	HM1	0.859	1.667	0.733	0.849	0.654
	HM2	0.837	1.604			
	HM3	0.723	1.289			
<i>Facilitating Conditions</i>	FC1	0.831	1.407	0.654	0.813	0.593
	FC2	0.770	1.356			
	FC3	0.703	1.179			
<i>Habit</i>	H1	0.849	1.582	0.698	0.832	0.624
	H2	0.716	1.289			
	H3	0.799	1.377			
<i>Attitude Toward Behavior</i>	ATB1	0.840	1.072	0.412	0.771	0.628
	ATB2	0.742	1.072			
<i>Subjective Norm</i>	SN1	0.835	1.385	0.690	0.864	0.761
	SN2	0.908	1.385			
<i>Perceived Behavioral Control</i>	PBC1	0.895	1.685	0.779	0.900	0.819
	PBC2	0.914	1.685			
<i>Behavioral Intention</i>	BI1	0.832	1.505	0.687	0.828	0.617
	BI2	0.707	1.239			
	BI3	0.811	1.399			
<i>Use Behavior</i>	UB1	0.918	1.969	0.825	0.919	0.851
	UB2	0.927	1.969			

b. Analisis Discriminant Validity

Discriminant Validity digunakan untuk menentukan sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dengan konstruk lain. Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa akurat suatu alat. Validitas diskriminan diuji dengan nilai *cross loading* antara indikator dan nilai *Fornell Lacker*. Nilai *cross loading* antar indikator dapat dihitung dengan membandingkan nilai *outer loading* dengan nilai variabel pada blok lainnya. Nilai beban antar indikator dapat dianggap memenuhi syarat pengujian apabila variabel memiliki nilai *loading*, konstruk yang diukur yang lebih besar daripada nilai *loading* konstruk sendiri. Tabel 7 menunjukkan hal ini.

Tabel 7. Uji discriminant validity (cross loading)

	ATB	BI	EE	FC	H	HM	PBC	PE	SN	UB
ATB1	0.840	0.538	0.380	0.505	0.491	0.465	0.371	0.364	0.546	0.377
ATB2	0.742	0.435	0.424	0.456	0.494	0.445	0.360	0.470	0.364	0.323
BI1	0.494	0.832	0.232	0.561	0.578	0.596	0.599	0.448	0.639	0.541
BI2	0.372	0.707	0.204	0.427	0.489	0.566	0.458	0.475	0.369	0.468
BI3	0.573	0.811	0.295	0.443	0.598	0.494	0.603	0.505	0.565	0.626
EE1	0.293	0.213	0.784	0.331	0.389	0.316	0.126	0.357	0.212	0.061
EE2	0.378	0.189	0.622	0.361	0.347	0.291	0.045	0.313	0.083	0.018
EE3	0.432	0.278	0.795	0.504	0.445	0.261	0.191	0.299	0.251	0.155

FC1	0.485	0.531	0.342	0.831	0.513	0.454	0.387	0.445	0.392	0.320
FC2	0.560	0.403	0.566	0.770	0.535	0.529	0.355	0.594	0.397	0.330
FC3	0.356	0.462	0.386	0.703	0.435	0.451	0.255	0.481	0.323	0.231
H1	0.493	0.598	0.347	0.496	0.849	0.506	0.435	0.600	0.474	0.406
H2	0.466	0.522	0.505	0.490	0.716	0.572	0.278	0.476	0.363	0.280
H3	0.506	0.561	0.443	0.537	0.799	0.476	0.580	0.539	0.486	0.481
HM1	0.519	0.615	0.262	0.521	0.508	0.859	0.510	0.468	0.494	0.488
HM2	0.412	0.587	0.381	0.558	0.611	0.837	0.430	0.598	0.435	0.421
HM3	0.461	0.484	0.296	0.408	0.449	0.723	0.456	0.354	0.446	0.453
PBC1	0.363	0.613	0.186	0.384	0.430	0.500	0.895	0.290	0.706	0.691
PBC2	0.464	0.669	0.132	0.403	0.573	0.538	0.914	0.366	0.755	0.766
PE1	0.177	0.270	0.284	0.346	0.264	0.215	0.123	0.636	0.146	0.087
PE2	0.459	0.558	0.295	0.516	0.543	0.539	0.336	0.785	0.407	0.360
PE3	0.406	0.405	0.371	0.516	0.608	0.438	0.270	0.732	0.264	0.168
SN1	0.550	0.505	0.258	0.444	0.464	0.428	0.604	0.335	0.835	0.602
SN2	0.482	0.661	0.201	0.406	0.516	0.548	0.789	0.381	0.908	0.716
UB1	0.464	0.657	0.201	0.369	0.478	0.521	0.711	0.339	0.727	0.918
UB2	0.356	0.633	0.020	0.337	0.446	0.511	0.775	0.259	0.678	0.927

Dari hasil pengukuran berdasarkan nilai *Cross Loading* menunjukkan nilai Loading Factor yang ditebalkan pada setiap konstruk lebih besar dibandingkan konstruk lain. Dapat disimpulkan bahwa sudah memenuhi validitas diskriminan.

Fornell Larcker merupakan pendekatan kedua, Pemeriksaan nilai *Fornell Larcker* dilakukan dengan melihat nilai akar dari AVE dimana nilai tersebut harus lebih tinggi dari korelasi antar satu konstruk dengan konstruk lainnya. Berikut ini adalah hasil pengujiannya.

Tabel 8. Uji discriminant validity (fornell larcker)

	ATB	BI	EE	FC	H	HM	PBC	PE	SN	UB
ATB	0.792									
BI	0.618	0.785								
EE	0.502	0.313	0.738							
FC	0.607	0.608	0.551	0.770						
H	0.618	0.710	0.538	0.642	0.790					
HM	0.572	0.699	0.386	0.617	0.648	0.809				
PBC	0.459	0.710	0.174	0.435	0.557	0.575	0.905			
PE	0.517	0.605	0.432	0.652	0.684	0.592	0.365	0.720		
SN	0.584	0.677	0.258	0.482	0.563	0.566	0.809	0.412	0.872	
UB	0.443	0.699	0.117	0.382	0.501	0.560	0.807	0.323	0.761	0.922

c. Uji R-Square (R^2)

Berikut merupakan hasil *R-Square* yang telah dilakukan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 9 dibawah ini:

Tabel 9. Hasil uji r-square

	R-square	R-square adjusted
BI	0.722	0.698
UB	0.687	0.674

Berdasarkan uji *R-Square* pada tabel 4.5, konstruk-konstruk seperti *subjective norm*, *performa expectancy*, *effort expectancy*, *hedonic motivation*, *facilitating conditions*, *habit*, *attitude toward behavior*, *perceived behavior control*, *behavioral intention*, dan *use behavior*, yang menunjukkan hubungan antar variabel laten. Variabel BI memiliki nilai R^2 sebesar 0,722, yang merupakan kontribusi 72.2% dari variabel independen sedangkan UB memiliki nilai R^2 sebesar 0,687, yang merupakan kontribusi 68.7% dari variabel BI, FC, H, dan PBC. Hanya ada empat hubungan yang signifikan: *Habit* terhadap *Behavioral Intention*, *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*, *Perceived Behavioral Control* terhadap *Behavioral Intention* dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap *Use Behavior* Hubungan lain tidak signifikan. Model ini menunjukkan pengaruh utama kebiasaan dan keinginan perilaku terhadap penggunaan.

4.3 Analisis Hasil Path Coefficient

Pengujian *Path Coefficient* dilakukan menggunakan aplikasi *Smart PLS* untuk membuktikan hipotesis yang didasarkan pada penelitian yang sudah ada. Hasil pengujian hipotesis ditampilkan pada Tabel 10 berikut:

Tabel 10. Hasil uji path coefficient

Hipotesis	O	Mean	SD	T statistics	P values	Keterangan
H1: SN -> BI	0.045	0.048	0.127	0.353	0.724	Tidak Signifikan
H2: ATB -> BI	0.148	0.155	0.102	1.453	0.146	Tidak Signifikan
H3: PBC -> BI	0.315	0.308	0.113	2.791	0.005	Signifikan
H4: PBC -> UB	0.631	0.621	0.110	5.755	0.000	Signifikan
H5: PE -> BI	0.135	0.133	0.110	1.225	0.221	Tidak Signifikan
H6: EE -> BI	-0.120	-0.102	0.096	1.261	0.207	Tidak Signifikan
H7: HM -> BI	0.179	0.179	0.098	1.820	0.069	Tidak Signifikan
H8: FC-> BI	0.088	0.082	0.105	0.836	0.403	Tidak Signifikan
H9: FC -> UB	-0.060	-0.059	0.095	0.632	0.527	Tidak Signifikan
H10: H -> BI	0.217	0.209	0.091	2.382	0.017	Signifikan
H11: H -> UB	-0.034	-0.028	0.110	0.305	0.760	Tidak Signifikan
H12: BI -> UB	0.311	0.318	0.106	2.951	0.003	Signifikan

Berdasarkan Tabel 10 di atas yang merupakan hasil dari uji *SmartPLS* dengan menggunakan metode *Bootstrapping*, Berikut adalah penjelasan mengenai keterkaitan antar variabel dalam model yang di uji:

1. **H1: Subjective Norm (SN) terhadap Behavioral Intention (BI)** menunjukkan nilai koefisien O sebesar 0.045 dengan nilai T-statistic 0.353 dan p-value 0.724 > 0,05. Ini menunjukkan bahwa *Subjective Norm* tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap

- Behavioral Intention*. Artinya, keputusan individu dalam menggunakan *ChatGPT* lebih bersifat pribadi, tidak dipengaruhi oleh tekanan sosial atau lingkungan sekitarnya.
2. **H2: Attitude Toward Behavioral (ATB) terhadap Behavioral Intention (BI)** memiliki nilai koefisien O sebesar 0.148 dengan nilai T-statistic 0.453 dan p-value 0,146 > 0,05. Menunjukkan bahwa *Attitude Toward Behavioral* tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan *Behavioral Intention*. Karena walaupun seseorang memiliki sikap positif terhadap *ChatGPT*, belum tentu ia memiliki niat kuat untuk menggunakannya secara aktif.
 3. **H3: Perceived Behavior Control (PBC) terhadap Behavioral Intention (BI)** dengan nilai koefisien O sebesar 0.315 dengan nilai T-statistic 0.791 dan p-value 0.005 > 0,05. Ini menunjukkan bahwa *Perceived Behavior Control* memiliki hubungan signifikan dengan *Behavioral Intention*. dari niat mereka untuk mengadopsi dan menggunakannya. Artinya, semakin tinggi persepsi individu terhadap kemampuannya mengendalikan penggunaan *ChatGPT*, maka semakin tinggi pula niat untuk menggunakannya.
 4. **H4: Perceived Behavior Control (PBC) terhadap Use Behavior (UB)** memiliki nilai koefisien O sebesar 0.631 dengan nilai T-statistic 0.755 dan p-value 0.000 > 0,05. Menunjukkan bahwa *Perceived Behavior Control* memiliki hubungan signifikan terhadap *Behavior Intention*. Bahwa persepsi mengenai kemudahan akses dan kemampuan mengelola teknologi menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan nyata *ChatGPT*.
 5. **H5: Performance Expectancy (PE) terhadap Behavioral Intention (BI)** menunjukkan nilai koefisien O sebesar 0.135 dengan nilai T-statistic 0.225 dan p-value 0.221 > 0.05. ini menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* tidak memiliki hubungan signifikan dengan *Behavioral Intention*. Karena walaupun *ChatGPT* dinilai bermanfaat, faktor lain lebih menentukan keputusan penggunaan.
 6. **H6: Effort Expectancy (EE) terhadap Behavioral Intention (BI)** Menunjukkan bahwa nilai koefisien O sebesar -0.120 dengan nilai T-statistic 0.261 dan p-value 0.207 > 0.05. Menunjukkan bahwa *Effort Expectancy* tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan *Behavioral Intention*. hal ini tidak membuat pengguna memiliki keinginan lebih untuk menggunakan aplikasi tersebut.
 7. **H7: Hedonic Motivations (HM) terhadap Behavioral Intention (BI)** menunjukkan nilai koefisien O sebesar 0.179 dengan nilai T-statistic 0.820 dan p-value 0.069 > 0,05. Menunjukkan bahwa *Hedonic Motivations* tidak memiliki hubungan signifikan dengan *Behavioral Intention*. Walaupun menggunakan *ChatGPT* dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan, motivasi hedonis ini tidak cukup kuat mendorong pengguna untuk berniat menggunakannya secara konsisten.
 8. **H8: Facilitating Conditions (FC) terhadap Behavioral Intention (BI)** memiliki nilai O sebesar 0.088 dengan nilai T-statistic 1.836 dan p-value 0.403 > 0,05. Menunjukkan bahwa *Facilitating Conditions* tidak memiliki hubungan signifikan dengan *Behavioral Intention*. Seperti ketersediaan perangkat atau akses internet yang memadai, tidak berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan *ChatGPT*.
 9. **H9: Facilitating Conditions (FC) terhadap Use Behavior (UB)** menunjukkan bahwa nilai O sebesar -0.060 dengan nilai T-statistic 1.632 dan p-value 0.527 > 0,05. Ini menunjukkan bahwa *Facilitating Conditions* tidak memiliki hubungan signifikan dengan *Use Behavior*. Memperlihatkan bahwa Gen Z pada umumnya telah memiliki fasilitas memadai, sehingga faktor ini bukan lagi kendala utama.
 10. **H10: Habit (H) terhadap Behavioral Intention (BI)** menunjukkan nilai O sebesar 0.217 dengan nilai T-statistic 2.382 dan p-value 0.017 < 0,05. Bahwa *Habit* memiliki hubungan yang signifikan dengan *Behavioral Intention*. Artinya, individu yang sudah terbiasa menggunakan *ChatGPT* dalam keseharian akan lebih cenderung berniat untuk terus menggunakannya
 11. **H11: Habit (H) terhadap Use Behavior (UB)** Menunjukkan bahwa nilai O -0,034 dengan nilai T-statistic 1.305 dan p-value 0.760 > 0,005. Ini menunjukkan *Habit* tidak memiliki hubungan signifikan dengan *Use Behavior*. Bahwa kebiasaan belum tentu mendorong penggunaan aktual *ChatGPT*.

12. **H12: Behavioral Intention (BI) terhadap Use Behavior (UB)** memiliki nilai O sebesar 0.311 dengan nilai T-statistic 2.951 dan p-value $0.003 < 0,05$. Bahwa *Behavioral Intention* memiliki hubungan yang signifikan dengan *Use Behavior*. Karena Semakin tinggi niat seseorang untuk menggunakan *ChatGPT*, semakin besar kemungkinan individu tersebut benar-benar menggunakannya.

5 Kesimpulan

Berdasarkan analisis SEM-PLS menunjukkan model penelitian ini kuat dalam menjelaskan variabel, dengan R^2 sebesar 0,722 untuk *behavioral intention* dan 0,687 untuk *use behavior*. Dari dua belas hipotesis, hanya empat hubungan signifikan: *perceived behavioral control* terhadap *behavioral intention* dan *use behavior*, *habit* terhadap *behavioral intention*, serta *behavioral intention* terhadap *use behavior*. Ini menandakan bahwa persepsi kontrol dan kebiasaan lebih berpengaruh dibanding faktor eksternal seperti *subjective norm*, *attitude*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *hedonic motivation*, dan *facilitating condition*.

Secara teoritis, temuan ini mendukung relevansi TPB dalam menjelaskan penggunaan *AI generatif* di Gen Z dan menunjukkan perlu adanya penyesuaian pada beberapa konstruk UTAUT untuk konteks AI. Secara praktis, pengembang aplikasi dan institusi pendidikan disarankan fokus pada peningkatan persepsi kontrol pengguna dan pembentukan kebiasaan positif. Penelitian ini terbatas pada Gen Z di Pekanbaru dengan metode kuantitatif, sehingga disarankan penelitian selanjutnya memperluas cakupan geografis, menggunakan pendekatan kualitatif, dan menguji variabel tambahan seperti *trust*, *technological anxiety*, dan *digital literacy* untuk pemahaman lebih mendalam.

Referensi

- [1] B. D. Lund and T. Wang, "Chatting About Chatgpt: How May AI and GPT Impact Academia and Libraries?," *Library Hi Tech News*, Vol. 40, No. 3, pp. 26–29, May 2023, doi: 10.1108/LHTN-01-2023-0009/FULL/XML.
- [2] T. Wu et al., "A Brief Overview of ChatGPT: The History, Status Quo and Potential Future Development," *IEEE/CAA Journal of Automatica Sinica*, Vol. 10, No. 5, pp. 1122–1136, May 2023, doi: 10.1109/JAS.2023.123618.
- [3] S. Anderson and A. Lawi, "Indonesia Network Infrastructures and Workforce Adequacy to Implement Machine Learning for Large-Scale Manufacturing," *International Journal of Artificial Intelligence*, Vol. 8, No. 1, pp. 1–16, 2021, doi: 10.36079/lamintang.ijai-0801.182.
- [4] A. E. Chima, N. C. Onyebuchi, and S. A. Idowu, "Promoting Digital Literacy and Social Equity in Education: Lessons From Successful Initiatives," *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, Vol. 6, No. 3, pp. 687–696, 2024, doi: 10.51594/ijmer.v6i3.880.
- [5] T. Bates, C. Cobo, O. Mariño, and S. Wheeler, "Can Artificial Intelligence Transform Higher Education? The Aim of This Edition," *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, Vol. 17, p. 42, 2020, [Online]. Available: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.
- [6] O. F. Ahmad, D. Stoyanov, and L. B. Lovat, "Barriers and Pitfalls for Artificial Intelligence in Gastroenterology: Ethical and Regulatory Issues," *Tech Innov Gastrointest Endosc*, Vol. 22, No. 2, pp. 80–84, 2020, doi: 10.1016/j.tgie.2019.150636.
- [7] K. Kieslich, B. Keller, and C. Starke, "Artificial Intelligence Ethics by Design. Evaluating Public Perception on the Importance of Ethical Design Principles of Artificial Intelligence," *Big Data Soc*, Vol. 9, No. 1, 2022, doi: 10.1177/20539517221092956.
- [8] T. Saputra and S. Serdianus, "Peran Artificial Intelligence ChatGPT dalam Perencanaan Pembelajaran di," *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol. 3, No. 1, pp. 1–18, 2023, doi: 10.34307/misp.v3i1.100.
- [9] F. Barreto, L. Moharkar, M. Shirodkar, V. Sarode, S. Gonsalves, and A. Johns, "Generative Artificial Intelligence: Opportunities and Challenges of Large Language Models," *Lecture Notes in Networks and Systems*, Vol. 699 LNNS, pp. 545–553, 2023, doi: 10.1007/978-981-99-3177-4_41.

- [10] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User Acceptance of Information Technology: Toward a unified view," *MIS Q*, Vol. 27, No. 3, pp. 425–478, 2003, doi: 10.2307/30036540.
- [11] I. Ajzen and M. Fishbein, "Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research," *Psychol Bull*, Vol. 84, No. 5, pp. 888–918, Sep. 1977, doi: 10.1037/0033-2909.84.5.888.
- [12] N. Al-Qaysi, M. Al-Emran, M. A. Al-Sharafi, M. Iranmanesh, A. Ahmad, and M. A. Mahmoud, "Determinants of ChatGPT Use and its Impact on Learning Performance: An Integrated Model of BRT and TPB," *Int J Hum Comput Interact*, 2025, doi: 10.1080/10447318.2024.2361210.
- [13] Y. H. S. Al-Mamary et al., "Factors Impacting Saudi Students' Intention to Adopt Learning Management Systems using the TPB and UTAUT Integrated Model," *Journal of Science and Technology Policy Management*, Vol. 15, No. 5, pp. 1110–1141, Aug. 2024, doi: 10.1108/JSTPM-04-2022-0068/FULL/XML.
- [14] B. Bouchey, J. Castek, and J. Thygeson, *Multimodal Learning*. 2021. doi: 10.1007/978-3-030-58948-6_3.
- [15] A. Habibi, A. Mukminin, A. Octavia, S. Wahyuni, B. K. Danibao, and Y. G. Wibowo, "ChatGPT Acceptance and use Through UTAUT and TPB: A Big Survey in Five Indonesian Universities," *Social Sciences and Humanities Open*, Vol. 10, No. September, 2024, doi: 10.1016/j.ssaho.2024.101136.
- [16] A. Haris et al., *Buku Panduan Penggunaan Generative AI pada Pembelajaran di Perguruan Tinggi ver1.1*, Vol. 2024.
- [17] M. T. Hidayat, Q. Aini, and E. Fetrina, "Penerimaan Pengguna E-Wallet menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus) (User Acceptance of E-Wallet Using UTAUT 2-A Case Study)," *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi*, Vol. 9, No. 3, pp. 240–241, 2020.
- [18] A. Purwanto, M. Asbari, and T. I. Santoso, "Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil," *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, Vol. 2, No. 4, pp. 216–227, 2021, [Online]. Available: <https://ijospl.org/index.php/ijospl/article/view/64>
- [19] M. Dimock, "Where Millennials End and Generation Z Begins | Pew Research Center," *Pew Research Center*, pp. 1–7, 2019, [Online]. Available: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- [20] S. Maulana, I. Khasanah, and A. Yusuf, "Analisis Penerimaan Pengguna terhadap Financial Technology Bareksa menggunakan Model UTAUT," *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, Vol. 12, No. 2, p. 527, Jun. 2023, doi: 10.30588/jmp.v12i2.1049.
- [21] V. Venkatesh, J. Y. L. Thong, and X. Xu, "Consumer Acceptance and use of Information Technology: Extending the Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology," *MIS Q*, Vol. 36, No. 1, pp. 157–178, 2012, doi: 10.2307/41410412.
- [22] P. A. Pavlou and M. Fygenson, "Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension of the Theory of Planned Behavior," *MIS Q*, Vol. 30, No. 1, pp. 115–143, 2006, doi: 10.2307/25148720.