

ANALISIS PENERIMAAN GOOGLE ASSISTANT OLEH GENERASI Z MENGGUNAKAN MODEL TAM

Jonatan Risa Siswanto^{1*}, Glenn Aurora Arapenta Surbakti², Alexandro Amortino³

UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia¹

Email*: 23082010128@student.upnjatim.ac.id

UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia²

Email: 23082010159@student.upnjatim.ac.id

UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia³

Email: 23082010122@student.upnjatim.ac.id

(*) Corresponding Author

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan Google Assistant oleh Generasi Z di Indonesia dengan menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Seiring meningkatnya peran *voice assistant* dalam kehidupan sehari-hari, pemahaman terhadap niat perilaku Generasi Z sebagai *digital natives* menjadi sangat penting. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner daring dari 196 responden Generasi Z. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima. *Perceived Ease of Use* (PEOU) terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (PU) dan *Attitude Toward Using* (ATU). Selanjutnya, PU juga berpengaruh signifikan terhadap ATU. Pada akhirnya, ATU terbukti menjadi prediktor yang kuat terhadap *Behavioral Intention to Use* (BI). Kesimpulan utama dari penelitian ini adalah bahwa kemudahan penggunaan merupakan fondasi terpenting yang mendorong persepsi kegunaan, membentuk sikap positif, dan pada akhirnya menumbuhkan niat Generasi Z untuk terus menggunakan Google Assistant.

Kata kunci: Generasi Z, Google Assistant, Minat Perilaku, *Technology Acceptance Model* (TAM), Adopsi Teknologi

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing the acceptance of Google Assistant among Generation Z in Indonesia using the Technology Acceptance Model (TAM) framework. As voice assistants become increasingly integrated into daily life, understanding the behavioral intentions of Generation Z as digital natives is essential. This research employed a quantitative approach by collecting data through an online questionnaire from 196 Generation Z respondents. The data were analyzed using the Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The findings indicate that all hypotheses were supported. Perceived Ease of Use (PEOU) significantly influenced both Perceived Usefulness (PU) and Attitude Toward Using (ATU). Furthermore, PU had a significant effect on ATU, and ATU proved to be a strong predictor of Behavioral Intention to Use (BI). The main conclusion is that ease of use serves as the most critical foundation for enhancing perceived usefulness, shaping

positive attitudes, and fostering the intention of Generation Z to continue using Google Assistant.

Keywords: Generation Z, Google Assistant, Behavioral Intention, Technology Acceptance Model (TAM), Technology Adoption

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi artificial intelligence (AI) telah mendorong inovasi signifikan dalam interaksi manusia dan komputer, salah satunya melalui kehadiran virtual voice assistant. Teknologi seperti Google Assistant, Siri, dan Alexa memungkinkan pengguna melakukan berbagai aktivitas hanya dengan perintah suara—mulai dari mencari informasi hingga mengontrol perangkat pintar. Kemudahan ini menjadikan asisten suara, termasuk yang terintegrasi dalam smart speaker, semakin menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari [5], [7]. Hal ini memicu ketertarikan para peneliti untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi tersebut.

Di antara berbagai pilihan asisten suara, Google Assistant menempati posisi unggul karena integrasinya dengan ekosistem Android serta kemampuannya dalam mendukung berbagai aktivitas pengguna sehari-hari secara fleksibel dan cerdas [2], [8]. Peran Google Assistant menjadi semakin krusial ketika dikaitkan dengan Generasi Z—kelompok yang tumbuh dalam era digital dan sangat terbiasa dengan penggunaan teknologi. Generasi ini dikenal memiliki tingkat literasi digital tinggi, preferensi terhadap layanan berbasis AI, dan ekspektasi terhadap kemudahan serta personalisasi teknologi [4], [6], [9], [10].

Untuk memahami bagaimana suatu teknologi dapat diterima dan diadopsi oleh pengguna, berbagai model teoritis telah dikembangkan, salah satunya yang paling populer adalah Technology Acceptance Model (TAM). TAM menjelaskan bahwa niat seseorang dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama: Perceived Usefulness (PU) dan Perceived Ease of Use (PEOU) [1]. Model ini telah terbukti efektif di berbagai konteks penggunaan teknologi, seperti pada e-learning [1], Google Classroom [3], serta aplikasi asisten suara dalam pendidikan [13] dan kebutuhan khusus [11].

Lebih lanjut, TAM juga telah banyak digunakan dalam konteks yang lebih kompleks seperti layanan kesehatan digital dan teknologi berbasis AI lainnya, termasuk dalam studi telemedicine [14]. Studi-studi ini menunjukkan bahwa meskipun faktor kemudahan dan kegunaan tetap menjadi kunci utama dalam penerimaan teknologi, konteks pengguna dan jenis teknologinya juga turut mempengaruhi intensi pengguna.

Walaupun berbagai penelitian telah dilakukan mengenai Google Assistant, termasuk motivasi penggunaan [7], aspek forensik [5], serta preferensi penggunaan dalam sektor pariwisata [12] dan layanan keuangan [2], riset yang secara spesifik mengkaji penerimaan Google Assistant oleh Generasi Z di Indonesia menggunakan kerangka TAM masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan Google Assistant oleh Generasi Z di Indonesia dengan menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) sebagai kerangka utama.

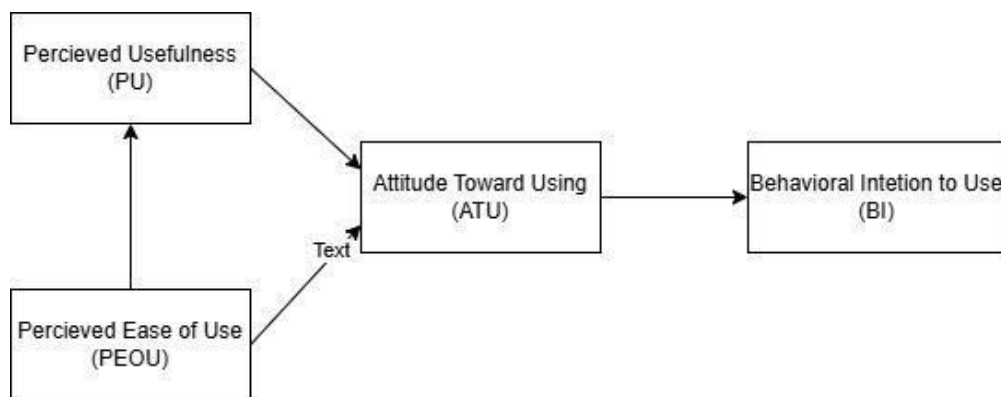
2. METODE

Definisi Operasional

Technology Acceptance Model (TAM) adalah salah satu model teoritis fundamental yang sangat luas digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi bagaimana individu menerima serta menggunakan sebuah teknologi informasi [1]. Model ini

menjelaskan bahwa niat seseorang untuk menggunakan suatu sistem (*Behavioral Intention to Use / BI*) dipengaruhi secara signifikan oleh sikapnya (*Attitude Toward Using / ATU*), yang pada gilirannya dibentuk oleh dua konstruk utama: *Perceived Usefulness (PU)* atau persepsi kegunaan, dan *Perceived Ease of Use (PEOU)* atau persepsi kemudahan penggunaan.

Kerangka kerja TAM telah terbukti relevan untuk menganalisis berbagai teknologi modern, termasuk yang berbasis *artificial intelligence (AI)* seperti *smart speaker* dan asisten suara [5], [7], [8], [14]. Dalam konteks penelitian ini, TAM menjadi sangat relevan karena target penggunaannya adalah Generasi Z. Sebagai *digital natives*, generasi ini menunjukkan karakteristik unik dalam adopsi teknologi serta memiliki ekspektasi tinggi terhadap pengalaman digital yang mulus dan personal [3], [4], [6], [10]. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mendorong penerimaan mereka terhadap teknologi seperti Google Assistant menjadi sangat penting.



Gambar 1. Model TAM

Berikut ini adalah definisi operasional dari masing-masing konstruk dalam model TAM yang diadaptasi untuk penelitian ini:

1. *Perceived Usefulness (PU)*
Definisi: Sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan suatu teknologi dapat meningkatkan *kinerja* atau *produktivitas* dalam melakukan suatu aktivitas [1]. Dalam konteks penelitian ini, *PU* mengacu pada keyakinan pengguna Generasi Z bahwa Google Assistant bermanfaat dan membantu mereka dalam menyelesaikan tugas sehari-hari, seperti mencari informasi, mengatur jadwal, atau sebagai sumber hiburan [2], [8].
2. *Perceived Ease of Use (PEOU)*
Definisi: Tingkat di mana seorang individu percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha atau kesulitan. Jika pengguna Generasi Z merasa bahwa interaksi dan penggunaan fitur-fitur pada Google Assistant mudah dipelajari dan dioperasikan, maka hal tersebut menunjukkan tingkat *PEOU* yang tinggi [1], [13].
3. *Attitude Toward Using (ATU)*
Definisi: Evaluasi atau perasaan positif maupun negatif dari seorang individu terhadap penggunaan suatu teknologi. Sikap ini merupakan variabel perantara yang dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap *PU* dan *PEOU* dari Google Assistant [7].

4. *Behavioral Intention to Use (BI)*

Definisi: Niat atau kecenderungan perilaku seseorang untuk menggunakan suatu teknologi secara berkelanjutan di masa depan [1]. Dalam penelitian ini, *BI* adalah variabel dependen utama yang mengukur sejauh mana Generasi Z memiliki minat untuk terus-menerus menggunakan Google Assistant dalam kehidupan mereka [8], [12].

Model TAM ini memberikan kerangka yang sederhana namun kuat untuk menjelaskan bagaimana persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan teknologi dapat memengaruhi sikap serta niat pengguna dalam mengadopsi inovasi teknologi, khususnya di kalangan Generasi Z. Penerapannya juga telah terbukti berhasil dalam berbagai studi, mulai dari bidang pendidikan [1], [3], [13], layanan publik [12], hingga kesehatan digital seperti *telemedicine* [14].

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan Google Assistant oleh Generasi Z berdasarkan kerangka Technology Acceptance Model (TAM). Pengumpulan data primer dilakukan melalui metode survei dengan menyebarkan kuesioner terstruktur sebagai instrumen penelitian. Kuesioner ini dirancang dengan mengoperasionalkan konstruk-konstruk utama dalam model TAM, yaitu *Perceived Usefulness (PU)*, *Perceived Ease of Use (PEOU)*, *Attitude Toward Using (ATU)*, dan *Behavioral Intention to Use (BI)*, yang pengukurannya diadaptasi dari penelitian-penelitian sebelumnya yang menerapkan model serupa [1].

Pemilihan model TAM dinilai sangat relevan karena model ini telah terbukti secara empiris mampu menjelaskan fenomena penerimaan teknologi dalam berbagai konteks, mulai dari sistem *e-learning* hingga teknologi yang lebih modern seperti *smart speaker* [5], [8], [10], [14]. Dalam konteks penelitian ini, di mana subjeknya adalah Generasi Z yang memiliki karakteristik unik sebagai *digital natives* [3], [4], model TAM menyediakan kerangka yang solid untuk menangkap bagaimana persepsi mereka terhadap sebuah teknologi berbasis *artificial intelligence* seperti Google Assistant dapat membentuk niat penggunaan mereka.

Berdasarkan kerangka teoritis TAM, yang hubungan antar konstraknya telah diuji dalam berbagai penelitian sebelumnya [1], serta relevansinya dalam konteks adopsi asisten suara [5], [8], [10], maka penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* Google Assistant pada Generasi Z.

H2: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* Google Assistant pada Generasi Z.

H3: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* Google Assistant pada Generasi Z.

H4: *Attitude Toward Using* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use* Google Assistant pada Generasi Z.

H5: *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use* Google Assistant pada Generasi Z.

Hipotesis-hipotesis ini akan diuji melalui analisis statistik untuk mengidentifikasi pengaruh antar konstruk dan mengukur sejauh mana model TAM dapat menjelaskan niat penggunaan Google Assistant oleh Generasi Z.

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori untuk menganalisis dan menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan Google Assistant oleh Generasi Z berdasarkan kerangka konseptual Technology Acceptance Model (TAM) [1]. Populasi umum dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Indonesia yang merupakan pengguna atau pernah menggunakan layanan Google Assistant [3], [4]. Untuk tujuan penentuan sampel yang sistematis, penelitian ini memfokuskan pada sub-populasi terjangkau (*accessible population*) yang diidentifikasi dari beberapa komunitas daring dan lingkungan universitas yang diestimasi berjumlah 385 orang. Berdasarkan populasi teridentifikasi (N) tersebut, jumlah sampel (n) dihitung menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan (*error tolerance*) sebesar 5% ($e = 0,05$). Perhitungan sampel penelitian adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

n = jumlah sampel

N = Populasi

e = batas toleransi kesalahan (error tolerance)

$n = \frac{385}{1 + 385 \times 0,0025}$

n = 196.18

dibulatkan ke bawah menjadi 196 orang.

Berdasarkan perhitungan di atas, diperoleh jumlah sampel sebanyak 196,18 yang kemudian dibulatkan menjadi 196 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria spesifik, yaitu termasuk dalam kategori Generasi Z dan memiliki pengalaman menggunakan Google Assistant. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring (*online*). Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner terstruktur yang berisi butir-butir pernyataan untuk mengukur setiap variabel—*PEOU*, *PU*, *ATU*, dan *BI*—dengan skala *Likert* 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju), sebuah pendekatan yang umum digunakan dalam penelitian sejenis [1].

Seluruh data yang terkumpul dari 196 responden dianalisis menggunakan metode statistik *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Pemilihan metode *PLS-SEM* didasarkan pada kemampuannya untuk menangani model prediksi yang kompleks dan telah banyak diterapkan dalam penelitian adopsi teknologi [8], [10]. Proses analisis dilakukan melalui dua tahapan utama. Tahap pertama adalah evaluasi model pengukuran (*outer model*), yang bertujuan untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen. Pada tahap ini, dilakukan pengujian validitas konvergen dengan mengevaluasi nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dan *Composite Reliability (CR)*, serta pengujian reliabilitas konstruk dengan nilai *Cronbach's Alpha*. Validitas diskriminan juga diuji menggunakan kriteria *Fornell-Larcker*. Tahap kedua adalah evaluasi model struktural (*inner model*), yang bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian. Kekuatan prediksi model diukur melalui nilai *Koefisien Determinasi (R-Square)*, sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan menganalisis nilai *Path Coefficients*, *T-statistic*, dan *P-value* yang dihasilkan dari prosedur *bootstrapping*.

Instrumen Penelitian

Instrumen utama yang digunakan dalam studi ini adalah kuesioner kuantitatif yang dikembangkan berdasarkan konstruk-konstruk kunci dari Technology Acceptance Model (TAM). Kuesioner ini dirancang secara spesifik untuk mengukur variabel-variabel penelitian, yaitu *Perceived Usefulness (PU)*, *Perceived Ease of Use (PEOU)*, *Attitude Toward Using (ATU)*, dan *Behavioral Intention to Use (BI)* dalam konteks penggunaan Google Assistant oleh Generasi Z. Butir-butir pernyataan dalam kuesioner ini disusun dengan mengadaptasi dan memodifikasi skala pengukuran dari penelitian-penelitian sebelumnya yang telah menerapkan model TAM secara empiris [1], [8].

Dengan merujuk pada studi-studi tersebut, dipastikan bahwa indikator yang digunakan telah teruji validitas dan reliabilitasnya dalam berbagai konteks teknologi. Untuk setiap pernyataan, digunakan skala *Likert* 5 poin, dengan rentang respons dari 1 (*Sangat Tidak Setuju*) hingga 5 (*Sangat Setuju*) untuk mengukur persepsi dan niat responden.

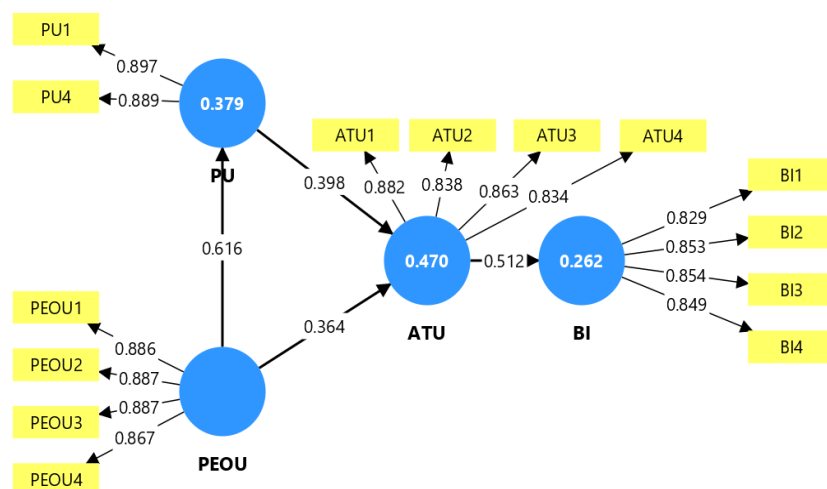
Tabel 1. Instrumen Penelitian

Kode	Variabel	Item Indikator	Sumber
PEOU	<i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan Penggunaan)	PEOU 1: Mudah untuk dipelajari cara menggunakan <i>Google Assistant</i> .	[1]
		PEOU 2: Saya merasa mudah untuk membuat <i>Google Assistant</i> melakukan apa yang saya inginkan.	[1]
		PEOU 3: Interaksi saya dengan <i>Google Assistant</i> jelas dan mudah dimengerti.	[8],[13]
		PEOU 4: Secara umum, <i>Google Assistant</i> mudah untuk digunakan.	[7],[8]
PU	<i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Kegunaan)	PU 1: Menggunakan <i>Google Assistant</i> akan meningkatkan kinerja saya dalam beraktivitas.	[1]
		PU 2: Menggunakan <i>Google Assistant</i> akan meningkatkan produktivitas saya.	[1]
		PU 3: Menggunakan <i>Google Assistant</i> akan meningkatkan efektivitas saya dalam mencari informasi.	[2],[8]
		PU 4: Saya merasa <i>Google Assistant</i> berguna untuk aktivitas saya sehari-hari.	[2],[9]
ATU	<i>Attitude Toward Using</i> (Sikap Terhadap Penggunaan)	ATU 1: Menggunakan <i>Google Assistant</i> adalah ide yang baik bagi saya.	[1]
		ATU 2: Saya menyukai gagasan untuk	[1]

Kode	Variabel	Item Indikator	Sumber
		menggunakan <i>Google Assistant</i> .	
		ATU 3: Saya memiliki sikap yang positif terhadap penggunaan <i>Google Assistant</i> .	[7], [13]
		ATU 4: Pengalaman menggunakan <i>Google Assistant</i> terasa menyenangkan.	[7], [13]
BI	<i>Behavioral Intention to</i> (Minat Perilaku untuk Menggunakan)	BI 1: Saya berniat untuk menggunakan <i>Google Assistant</i> di masa mendatang.	[8], [9], [12]
		BI 2: Saya memprediksi akan menggunakan <i>Google Assistant</i> secara teratur.	[8],[12]
		BI 3: Saya berencana untuk terus menggunakan <i>Google Assistant</i> .	[9],[12]
		BI 4: Jika memungkinkan, saya akan merekomendasikan <i>Google Assistant</i> kepada orang lain.	[9],[12]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Seluruh data yang terkumpul dari 196 responden dianalisis menggunakan metode statistik *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Pemilihan metode *PLS-SEM* didasarkan pada kemampuannya untuk menangani model prediksi yang kompleks dan telah banyak diterapkan dalam penelitian adopsi teknologi, khususnya dalam konteks penerimaan sistem berbasis *artificial intelligence* dan layanan digital interaktif seperti *Google Assistant* [2], [7], [8], [12], [13]. Dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Outer loading

Validitas Konvergen dan Reliabilitas Konstruk

Tabel 2. Validitas Dan Reliabilitas Hasil Tes

Konstruk	Cronbach's Alpha	AVE	Composite Reliability
PEOU	0.85	0.778	0.933
PU	0.82	0.798	0.888
ATU	0.87	0.731	0.916
BI	0.86	0.716	0.910

Model pengukuran atau outer model digunakan untuk mengetahui sejauh mana indikator-indikator mampu merepresentasikan konstruk laten secara valid dan reliabel. Validitas konvergen diuji melalui nilai outer loading, *Average Variance Extracted* (AVE), dan reliabilitas konstruk diuji melalui *Composite Reliability* (CR) serta *Cronbach's Alpha*, dengan nilai ideal masing-masing di atas 0.7 untuk *outer loading*, CR, dan Alpha, serta diatas 0.5 untuk AVE.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa konstruk *Perceived Ease of Use* (PEOU) memiliki AVE sebesar 0.778, yang berarti sekitar 77,8% variasi indikator-indikatornya (PEOU1–PEOU4) dapat dijelaskan oleh konstruk itu sendiri. Nilai CR sebesar 0.933 menandakan konsistensi pengukuran antar item sangat baik. Untuk konstruk *Perceived Usefulness* (PU), meskipun hanya diukur dengan dua indikator (PU1 dan PU4) karena dua lainnya (PU2 dan PU3) dihapus, nilai AVE tetap tinggi sebesar 0.798, dan CR mencapai 0.888, yang menunjukkan bahwa dua indikator tersebut cukup kuat untuk merepresentasikan PU. Adapun penghapusan PU2 dan PU3 dilakukan karena nilai outer loading-nya berada di bawah ambang batas 0.7, sehingga tidak memenuhi kriteria validitas konvergen dan dapat mengganggu kualitas pengukuran konstruk. Konstruk *Attitude Toward Using* (ATU) juga menunjukkan performa baik, dengan AVE sebesar 0.731, serta nilai CR dan Alpha masing-masing di atas 0.9, menandakan stabilitas yang tinggi. Terakhir, konstruk *Behavioral Intention* (BI) juga lolos uji validitas dan reliabilitas, dengan AVE sebesar 0.716 dan CR sebesar 0.910. Berdasarkan hasil ini, semua konstruk dinyatakan valid dan reliabel, dan tidak ada yang perlu dieliminasi dari model.

Validitas Diskriminan (Fornell-Larcker Criterion)

Tabel 3. Validitas diskriminan (*fornell-larcker criterion*)

Konstruk	PEOU	PU	ATU	BI
PEOU	0.882	0.615	0.609	0.506
PU		0.893	0.622	0.486
ATU			0.855	0.511

Konstruk	PEOU	PU	ATU	BI
BI				0.846

Validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa masing-masing konstruk memang mengukur dimensi yang berbeda, bukan hal yang sama. Uji ini dilakukan menggunakan kriteria *Fornell-Larcker*, di mana nilai akar kuadrat dari AVE untuk masing-masing konstruk dibandingkan dengan korelasi antar konstruk lainnya.

Nilai-nilai diagonal tebal dalam tabel di atas merupakan akar kuadrat dari AVE masing-masing konstruk. Sebuah konstruk dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik jika nilai akar AVE-nya lebih tinggi dari nilai korelasinya dengan konstruk lain. Misalnya, nilai akar AVE untuk PEOU adalah 0.882, yang lebih tinggi dari korelasinya dengan PU (0.615), ATU (0.609), dan BI (0.506). Hal serupa juga terjadi pada konstruk lainnya, seperti ATU yang memiliki akar AVE 0.855, lebih besar dari korelasinya dengan PU, PEOU, dan BI. Dengan demikian, semua konstruk memenuhi kriteria validitas diskriminan.

R-square Konstruk Endogen

Tabel 4. *R-square* Konstruk Endogen

Konstruk	R-square
<i>Perceived Usefulness</i>	0.378
<i>Attitude Toward Using</i>	0.469
<i>Behavioral Intention</i>	0.261

Setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi model struktural atau *inner model*. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar kontribusi konstruk eksogen dalam menjelaskan konstruk endogen, melalui nilai R-square (R^2).

Nilai R^2 untuk konstruk *Perceived Usefulness* (PU) sebesar 0.378 menunjukkan bahwa sekitar 37,8% variasi PU dapat dijelaskan oleh *Perceived Ease of Use* (PEOU), yang merupakan pengaruh sedang. Sementara itu, *Attitude Toward Using* (ATU) memiliki nilai R^2 sebesar 0.469, artinya hampir setengah dari sikap pengguna dijelaskan oleh PU dan PEOU secara simultan, menunjukkan hubungan struktural yang cukup kuat. Sedangkan *Behavioral Intention* (BI) memiliki nilai R^2 sebesar 0.261, yang berarti sekitar 26,1% variasi niat perilaku dapat dijelaskan oleh sikap pengguna. Meskipun nilainya tidak terlalu tinggi, angka ini masih dalam batas yang wajar untuk model-model sosial-psikologis. Nilai R^2 yang relatif rendah pada konstruk BI ini juga mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain di luar model—seperti norma subjektif, kepercayaan terhadap teknologi, atau pengaruh sosial—yang mungkin turut mempengaruhi niat perilaku pengguna, dan perlu dipertimbangkan dalam penelitian lanjutan.

Hasil Analisis *Path Coefficient*

Tabel 5. Hasil analisis *path coefficient*

Jalur	Koefisien	T-statistik	P-value	Signifikansi
PEOU → PU	0.629	11.638	0.000	Signifikan
PEOU → ATU	0.347	5.880	0.000	Signifikan
PU → ATU	0.370	6.411	0.000	Signifikan
ATU → BI	0.431	8.876	0.000	Signifikan

Hasil analisis menunjukkan bahwa semua jalur dalam model memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik ($p\text{-value} < 0.05$ dan $t\text{-statistik} > 1.96$). Jalur dari PEOU ke PU memiliki koefisien tertinggi sebesar 0.629, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh kuat terhadap persepsi kegunaan. Jalur dari PEOU ke ATU menunjukkan bahwa kemudahan juga berdampak langsung terhadap sikap pengguna, walaupun tidak sekuat pengaruhnya terhadap PU. Selanjutnya, PU terhadap ATU memiliki pengaruh sebesar 0.370, menandakan bahwa persepsi kegunaan turut membentuk sikap positif pengguna terhadap teknologi. Terakhir, jalur dari ATU ke BI dengan koefisien 0.431 menjadi salah satu yang paling menentukan dalam menjelaskan niat pengguna dalam menggunakan *Google Assistant* secara berkelanjutan. Dengan demikian, seluruh hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

Secara keseluruhan, hasil penelitian mengonfirmasi bahwa penerimaan teknologi oleh Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kemudahan penggunaan, tetapi juga oleh manfaat fungsional dan sikap positif pengguna terhadap teknologi tersebut. *Google Assistant* diterima karena dianggap mudah digunakan, berguna dalam aktivitas sehari-hari, dan menyenangkan dalam penggunaannya, yang pada akhirnya mendorong niat untuk terus menggunakannya.

3. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini membuktikan bahwa kerangka Technology Acceptance Model (TAM) secara efektif menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan *Google Assistant* oleh Generasi Z. Temuan menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* (PEOU) memiliki pengaruh paling kuat terhadap *Perceived Usefulness* (PU), menandakan bahwa kemudahan penggunaan menjadi syarat utama bagi Gen Z untuk merasakan manfaat teknologi. Persepsi terhadap kemudahan dan kegunaan secara bersamaan membentuk sikap positif (*Attitude Toward Using* / ATU), yang kemudian mendorong niat penggunaan (*Behavioral Intention to Use* / BI) secara berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan berbagai studi sebelumnya yang menekankan pentingnya pengalaman pengguna yang positif dalam membentuk loyalitas dan intensi penggunaan teknologi jangka panjang.

Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar pengembang layanan voice assistant seperti *Google Assistant* fokus pada peningkatan pengalaman pengguna yang mulus (*seamless experience*) dengan antarmuka yang intuitif dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan Gen Z, seperti fitur pengingat otomatis untuk jadwal penting, perintah suara yang lebih natural, serta personalisasi jawaban berdasarkan preferensi pengguna. Dapat pula ditambahkan fitur *daily productivity summary* yang menampilkan ringkasan

aktivitas harian secara otomatis untuk meningkatkan kegunaan dalam pengelolaan waktu. Selain itu, integrasi yang lebih dalam dengan aplikasi digital populer seperti Google Calendar, WhatsApp, atau Spotify juga perlu diperkuat untuk meningkatkan relevansi penggunaan dalam kehidupan sehari-hari. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variabel eksternal seperti persepsi privasi, kepercayaan (*trust*), atau norma sosial guna memperkaya pemahaman terhadap perilaku adopsi teknologi di kalangan generasi digital..

4. DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. N. Y. A. Wijaya dan I. P. K. Negara, "Analisis pengaruh penerimaan pengguna e-learning (schoolology) pada mahasiswa menggunakan metode tam (studi kasus stmik primakara)," *J. Teknol. Inf. Dan Komput.*, vol. 7, no. 1, Jan 2021, doi: 10.36002/jutik.v7i1.1298.
- [2] R. S. Alkadi dan S. S. Abed, "AI in Banking: What Drives Generation Z to Adopt AI-Enabled Voice Assistants in Saudi Arabia?," *Int. J. Financ. Stud.*, vol. 13, no. 1, hlm. 36, Mar 2025, doi: 10.3390/ijfs13010036.
- [3] Z. Niqotaini, "Analisis Penerimaan Google Classroom Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan End-User Computing Satisfaction (EUCS)," vol. 10, doi: <https://doi.org/10.32520/stmsi.v10i3.1376>.
- [4] S. Kim, S. Jang, W. Choi, C. Youn, dan Y. Lee, "Contactless service encounters among Millennials and Generation Z: the effects of Millennials and Gen Z characteristics on technology self-efficacy and preference for contactless service," *J. Res. Interact. Mark.*, vol. 16, no. 1, hlm. 82–100, Feb 2022, doi: 10.1108/JRIM-01-2021-0020.
- [5] A. Akinbi dan T. Berry, "Forensic Investigation of Google Assistant," *SN Comput. Sci.*, vol. 1, no. 5, hlm. 272, Sep 2020, doi: 10.1007/s42979-020-00285-x.
- [6] L. Sekar Arum, Amira Zahrani, dan N. A. Duha, "Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030," *Account. Stud. Res. J.*, vol. 2, no. 1, hlm. 59–72, Mar 2023, doi: 10.62108/asrj.v2i1.5812.
- [7] T. R. Choi dan M. E. Drumwright, "'OK, Google, why do I use you?' Motivations, post-consumption evaluations, and perceptions of voice AI assistants," *Telemat. Inform.*, vol. 62, hlm. 101628, Sep 2021, doi: 10.1016/j.tele.2021.101628.
- [8] R. W. Meganingrum, H. S. Harahap, dan A. S. Harahap, "Pengaruh Pemanfaatan Google Assistant dalam Memenuhi Kebutuhan Sumber Informasi," *Cover. J. Strateg. Commun.*, vol. 13, no. 2, hlm. 122–132, Mar 2023, doi: 10.35814/coverage.v13i2.3396.
- [9] H. W Retno Wiratih, A. B. M. Witono, I. Larasati Hazrati Havidz, M. H. Aima, dan M. Puspita Dewi, "Peningkatan Kesadaran Berinvestasi bagi Gen-Z sebagai Digital Native melalui Kegiatan Sosialisasi," *J. Komunitas J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 5, no. 1, hlm. 43–49, Agu 2022, doi: 10.31334/jks.v5i1.2422.
- [10] S. Ayub dan H. Fuadi, "Pentingnya Pendidikan Karakter bagi Generasi Z di Era Digital," *J. Ilm. Profesi Pendidik.*, vol. 9, no. 4, hlm. 3063–3067, Nov 2024, doi: 10.29303/jipp.v9i4.2960.
- [11] G. E. Lancioni *dkk.*, "Persons with intellectual and multiple disabilities activate via non-verbal responses a smartphone's Google Assistant to access preferred stimulation," *Int. J. Dev. Disabil.*, vol. 68, no. 4, hlm. 518–527, Jul 2022, doi: 10.1080/20473869.2020.1827213.
- [12] S. Ahmed, U. Y. Chowdhury, D. M. Ashrafi, M. M. Choudhury, R. Ahmed, dan R.

Ahmed, “Speak, search, and stay: determining customers’ intentions to use voice-controlled artificial intelligence (AI) for finding suitable hotels and resorts,” *J. Hosp. Tour. Insights*, vol. 8, no. 3, hlm. 967–987, Feb 2025, doi: 10.1108/JHTI-04-2024-0316.

- [13] T.-Y. Tai dan H. H.-J. Chen, “The impact of Google Assistant on adolescent EFL learners’ willingness to communicate,” *Interact. Learn. Environ.*, vol. 31, no. 3, hlm. 1485–1502, Apr 2023, doi: 10.1080/10494820.2020.1841801.
- [14] S. A. Kamal, M. Shafiq, dan P. Kakria, “Investigating acceptance of telemedicine services through an extended technology acceptance model (TAM),” *Technol. Soc.*, vol. 60, hlm. 101212, Feb 2020, doi: 10.1016/j.techsoc.2019.101212.