

ABSTRAK

Penelitian ini membahas faktor-faktor yang mempengaruhi niat mahasiswa untuk terus menggunakan *chatbot* BING dalam mengerjakan tugas akademik. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan model *A Post-Acceptance of IS Continuance* yang dimodifikasi menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Expectation-Confirmation Theory* (ECT).

Analisis dilakukan menggunakan PLS-SEM dengan 185 responden. Variabel penelitian meliputi *Perceived Information Quality* (PEIQ), *Confirmation* (CON), *Perceived Usefulness* (PEU), *Perceived Ease of Use* (PEEOU), *Perceived Enjoyment* (PEE), *Satisfaction* (SAT), dan *Continuance Intention* (COI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa PEIQ berpengaruh signifikan terhadap CON. PEIQ berpengaruh signifikan terhadap SAT. CON tidak berpengaruh signifikan terhadap SAT. CON berpengaruh signifikan terhadap PEU. CON berpengaruh signifikan terhadap PEEOU. CON berpengaruh signifikan terhadap PEE. PEU berpengaruh signifikan terhadap SAT. PEU berpengaruh signifikan terhadap COI. PEEOU tidak berpengaruh signifikan terhadap SAT. PEEOU tidak berpengaruh signifikan terhadap COI. PEE berpengaruh signifikan terhadap SAT. PEE berpengaruh signifikan terhadap COI. SAT berpengaruh signifikan terhadap COI.

Keyword: *Chatbot, Artificial Intelligence, Post-Acceptance of IS Continuance, Technology Acceptance Model (TAM) Expectation-Confirmation Theory (ECT),*