

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS INFORMASI *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* (AI) CHATGPT-5 VERSI GRATIS TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA (Studi pada Mahasiswa S1 FISIP Universitas Lampung)

Oleh

**Muhammad Ferdy Maulid**

Perkembangan teknologi AI mendorong meningkatnya penggunaan ChatGPT sebagai alat bantu akademik oleh mahasiswa, termasuk mahasiswa S1 FISIP Universitas Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi ChatGPT-5 versi gratis terhadap kepuasan pengguna. Latar belakang penelitian ini berangkat dari meningkatnya penggunaan ChatGPT-5 versi gratis sebagai alat bantu akademik oleh mahasiswa, sehingga menimbulkan ketergantungan penggunaan, terlebih versi gratis masih mengalami *artificial hallucinations*. Oleh karena itu, perlu dikaji pengaruh kualitas informasi ChatGPT-5 versi gratis terhadap kepuasan penggunanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif melalui penyebaran kuesioner kepada 98 mahasiswa S1 FISIP Unila. Kualitas informasi diukur berdasarkan *relevancy*, *accurate*, *timeliness*, dan *reliable*, sedangkan kepuasan pengguna diukur melalui dimensi *cognitive*, *affection*, dan *social* menggunakan teori *Uses and Gratifications* (UGT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi ChatGPT-5 versi gratis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung  $(24,147) > t$  tabel  $(1,660)$  serta  $\text{Sig.} < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Nilai  $R^2$  sebesar 85,9% menunjukkan bahwa kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kualitas informasi ChatGPT, sedangkan 14,1% lainnya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa semakin baik kualitas informasi yang dihasilkan ChatGPT-5 versi gratis, semakin tinggi tingkat kepuasan mahasiswa. Selaras dengan konsep *user satisfaction* dalam model DeLone & McLean, hasil penelitian ini juga memperkuat bahwa kepuasan pengguna yang diukur melalui *uses and gratifications* terbentuk secara langsung dari kualitas informasi yang dirasakan.

**Kata kunci:** ChatGPT-5 versi gratis, kualitas informasi, model DeLone & McLean kepuasan pengguna, *Uses and Gratifications*, mahasiswa

## **ABSTRACT**

### ***The Influence of Artificial Intelligence (AI) ChatGPT-5 Free Version Information Quality on User Satisfaction (A Study of S1 FISIP Students at the University of Lampung)***

**By**

***Muhammad Ferdy Maulid***

*The development of AI technology has driven the increasing use of ChatGPT as an academic assistance tool among students, including undergraduate students of FISIP, University of Lampung. This study aims to examine the effect of information quality of the free version of ChatGPT-5 on user satisfaction. The background of this research stems from the rising use of the free version of ChatGPT-5 as an academic aid by students, leading to dependency, especially since the free version still experiences artificial hallucinations. Therefore, it is necessary to analyze the effect of information quality of the free version of ChatGPT-5 on user satisfaction. This study employs a quantitative approach with a descriptive method through the distribution of questionnaires to 98 undergraduate students of FISIP Unila. Information quality is measured based on relevance, accuracy, timeliness, and reliability, while user satisfaction is measured through the dimensions of cognitive, affection, and social using the Uses and Gratifications (UGT) theory. The results show that the information quality of the free version of ChatGPT-5 has a significant effect on user satisfaction, as evidenced by the  $t$ -value (24.147) >  $t$ -table (1.660) and Sig. < 0.05, thus  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. The  $R^2$  value of 85.9% indicates that user satisfaction is influenced by the information quality of ChatGPT, while the remaining 14.1% is influenced by other factors outside this study. These findings confirm that the better the information quality produced by the free version of ChatGPT-5, the higher the level of student satisfaction. In line with the concept of user satisfaction in the DeLone & McLean model, the results of this study also reinforce that user satisfaction measured through Uses and Gratifications is formed directly from the perceived information quality.*

**Keywords:** *ChatGPT-5 free version, information quality, model DeLone & McLean user satisfaction, Uses and Gratifications, students*