

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kecerdasan buatan (AI) telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir dan mulai mengambil peran yang semakin penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk komunikasi antara manusia dan mesin (Muttaqin et al., 2021). Teknologi AI kini digunakan di berbagai sektor seperti otomasi industri, kesehatan, dan pendidikan (Wahyudi, 2023). Salah satu aplikasi AI yang semakin berkembang adalah *chatbot* cerdas, yang memungkinkan komunikasi dua arah antara manusia dan mesin secara lebih alami (Zein, 2023). *Chatbot* cerdas berbasis AI ini berfungsi untuk mengotomatiskan berbagai percakapan, memberikan jawaban yang relevan, dan memberikan pengalaman interaksi yang lebih efisien dibandingkan sistem berbasis aturan tradisional (Saidah, 2021). Dalam konteks ini, ChatGPT, yang dikembangkan oleh OpenAI, merupakan salah satu model *chatbot* berbasis AI yang paling banyak digunakan (Setiawan & Luthfiyani, 2023).

ChatGPT adalah model bahasa berbasis kecerdasan buatan yang dapat memahami dan merespons percakapan manusia dengan cara yang lebih fleksibel dan relevan (Sugiarto & Suhono, 2023). ChatGPT memanfaatkan teknologi transformer yang memungkinkan pemrosesan informasi dalam jumlah besar secara efisien dan menghasilkan respons yang sesuai dengan konteks percakapan (Rohmawaty et al., 2024). Keunggulan utama dari ChatGPT adalah kemampuannya untuk memberikan jawaban yang dinamis dan terperinci, yang disesuaikan dengan situasi percakapan (Oktavianus et al., 2023). Model ini mampu mengatasi kelemahan *chatbot* tradisional yang hanya mengikuti skrip yang sudah diprogram sebelumnya, sehingga membuat interaksi dengan pengguna terasa lebih alami dan personal (Norsely et al., 2023).

Salah satu faktor yang membedakan ChatGPT dari model chatbot lainnya adalah kemampuannya untuk menyesuaikan respons dengan konteks yang lebih luas dan kompleks (Bora et al, 2024). ChatGPT tidak hanya memberikan respons yang statis atau terbatas, tetapi dapat memahami nuansa percakapan yang lebih rumit (Permatasari, 2025). Misalnya, jika seorang pengguna bertanya tentang suatu topik dan kemudian melanjutkan percakapan dengan referensi terhadap topik tersebut, ChatGPT dapat mempertahankan konteks tersebut dan memberikan respons yang lebih relevan dan informatif. Hal ini memungkinkan terciptanya User Experience yang lebih interaktif dan memuaskan. Kemampuan untuk beradaptasi dengan percakapan secara dinamis ini menjadi alasan utama mengapa ChatGPT semakin populer dalam berbagai aplikasi, mulai dari layanan pelanggan hingga asisten pribadi virtual (Misnawati, 2023).

Meskipun ChatGPT menawarkan banyak keuntungan, tantangan pertama yang perlu dihadapi adalah User Experience atau *user experience* (X1) (Wulandari et al, 2024). User Experience adalah elemen kunci yang memengaruhi bagaimana pengguna berinteraksi dengan sistem dan seberapa puas mereka dengan layanan yang diberikan (Arsana & Aditya, 2024). Dalam konteks ChatGPT, kualitas User Experience sangat dipengaruhi oleh keakuratan respons dan relevansi jawaban yang diberikan oleh sistem (Alatas et al, 2024). Pengguna yang merasa bahwa jawaban yang diberikan tidak akurat atau tidak sesuai dengan harapan mereka akan merasa kecewa, yang dapat mengurangi tingkat kepuasan dan membuat mereka enggan untuk melanjutkan percakapan (York, 2023).

Namun, studi oleh Seaborn (2025) mengungkapkan bahwa meskipun ChatGPT telah digunakan secara luas, masih belum ada pendekatan yang konsisten dalam mengevaluasi User Experience secara kuantitatif. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam penelitian terkait standar evaluasi UX pada sistem berbasis model bahasa besar seperti ChatGPT. Selain itu, penelitian oleh Nasrul et al. (2024) menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) untuk menilai User Experience ChatGPT dan menemukan bahwa variabel seperti efisiensi, kejelasan, dan keandalan mendapatkan penilaian yang rendah, menunjukkan perlunya perbaikan

dalam aspek-aspek tersebut. Kesenjangan ini menyoroti pentingnya penelitian lebih lanjut untuk mengembangkan metrik evaluasi UX yang lebih komprehensif dan spesifik untuk ChatGPT guna meningkatkan kepuasan dan User Engagement.

Selanjutnya, faktor akurasi respons atau *Accuracy of Responses* (X2) berperan sangat penting dalam meningkatkan User Experience. Pengguna yang berinteraksi dengan ChatGPT berharap untuk mendapatkan respons yang tepat dan relevan sesuai dengan pertanyaan atau kebutuhan mereka (Suryono et al, 2023). Ketidakakuratan dalam jawaban atau ketidaksesuaian dengan konteks dapat membuat pengguna merasa frustrasi dan menurunkan kepercayaan mereka terhadap sistem (Ardana et al., 2025). Keakuratan respons yang rendah sering kali menyebabkan pengguna merasa bahwa ChatGPT tidak dapat memenuhi harapan mereka, yang berpotensi menurunkan tingkat *user engagement* (User Engagement) (Santosa et al., 2025). Sebagai contoh, jika ChatGPT memberikan jawaban yang tidak tepat atau membingungkan, maka pengguna mungkin akan lebih jarang berinteraksi dengan sistem di masa depan, mengurangi keterlibatan mereka dengan ChatGPT (Samaan et al., 2023).

Selain akurasi respons, *Personalization* atau *Personalization Features* (X3) menjadi faktor yang penting dalam meningkatkan User Experience. Personalisasi dalam ChatGPT berarti kemampuan model untuk memahami preferensi dan gaya bahasa pengguna serta menyesuaikan respons sesuai dengan kebutuhan spesifik mereka (Santosa et al., 2025). Pengguna yang merasa bahwa ChatGPT dapat memberikan respons yang sesuai dengan keinginan mereka cenderung lebih terlibat dalam percakapan dan merasa lebih puas dengan pengalaman yang mereka terima (Nathania et al., 2023). Sebaliknya, jika ChatGPT tidak dapat mempersonalisasi interaksi dengan baik, pengguna mungkin merasa bahwa sistem tersebut kurang memperhatikan preferensi mereka, yang dapat mengurangi tingkat keterlibatan dan memengaruhi kepuasan mereka. Pengembangan *Personalization* yang lebih baik dapat menjadi kunci untuk menciptakan User Experience yang lebih memuaskan dan meningkatkan loyalitas pengguna (Kalla et al., 2023).

Namun, meskipun berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa personalisasi berbasis AI dapat meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pengguna, masih terdapat kesenjangan dalam konteks chatbot generatif seperti ChatGPT. Sebagai contoh, studi oleh (Sari & Alfansi, 2024) menyoroti bahwa persepsi personalisasi yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan. Namun, penelitian tersebut lebih berfokus pada sistem layanan digital secara umum, bukan pada model bahasa besar seperti ChatGPT. Selain itu, penelitian oleh Zhang et al. (2024) menunjukkan bahwa interaksi multimodal dalam chatbot dapat meningkatkan User Engagement, tetapi belum secara spesifik meneliti dampaknya terhadap retensi pengguna dalam konteks ChatGPT. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut yang secara khusus mengeksplorasi bagaimana Personalization dalam ChatGPT memengaruhi keterlibatan dan retensi pengguna

User Engagement atau *user engagement* (Y) menjadi salah satu indikator utama yang menunjukkan seberapa sering dan seberapa dalam pengguna berinteraksi dengan ChatGPT (Amanda, 2024). User Engagement yang tinggi mencerminkan bahwa pengguna merasa tertarik dan mendapatkan manfaat dari penggunaan sistem. Pengguna yang terlibat dalam percakapan dengan ChatGPT secara aktif akan lebih cenderung untuk terus menggunakannya dalam jangka panjang (Ramadan, 2025). Namun, jika faktor-faktor seperti ketidakakuratan respons atau kurangnya personalisasi menghambat pengalaman mereka, User Engagement dapat menurun (Zeng et al., 2023). Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana User Experience yang positif dan Personalization dapat berkontribusi pada peningkatan User Engagement dan dampaknya terhadap keberlanjutan penggunaan ChatGPT.

Meskipun penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi bahwa personalisasi berbasis AI dapat meningkatkan User Engagement, masih terdapat kesenjangan dalam konteks chatbot generatif seperti ChatGPT. Sebagai contoh, studi oleh Ma et al. (2021) menyoroti pentingnya profil pengguna implisit dalam meningkatkan personalisasi chatbot, namun belum secara spesifik meneliti dampaknya terhadap User Engagement dalam

ChatGPT. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut yang secara khusus mengeksplorasi bagaimana User Experience, akurasi respons, dan Personalization dalam ChatGPT memengaruhi User Engagement.

Akhirnya, retensi pengguna atau *Retention Rate* (Z) merupakan aspek yang paling penting dalam menilai kesuksesan jangka panjang dari penggunaan ChatGPT. Retensi pengguna mengacu pada sejauh mana pengguna kembali menggunakan sistem setelah interaksi pertama mereka (Harfian & Jadmiko, 2024). *Retention Rate* yang tinggi menunjukkan bahwa pengguna merasa puas dengan pengalaman mereka dan memilih untuk terus berinteraksi dengan sistem. Sebaliknya, *Retention Rate* yang rendah menunjukkan bahwa pengguna cepat merasa bosan atau tidak puas, dan akhirnya berhenti menggunakan ChatGPT (Pahleviando et al., 2021). Faktor-faktor seperti User Experience yang buruk, akurasi respons yang rendah, dan kurangnya personalisasi dapat secara langsung memengaruhi *Retention Rate* pengguna (Crawford et al., 2024). Oleh karena itu, memahami hubungan antara *user engagement* dan *Retention Rate* sangat penting dalam meningkatkan kualitas dan keberlanjutan penggunaan ChatGPT di masa depan.

Meskipun berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa personalisasi berbasis AI dapat meningkatkan keterlibatan dan retensi pengguna, masih terdapat kesenjangan penelitian dalam konteks chatbot generatif seperti ChatGPT. Sebagai contoh, studi oleh Cate (2025) menyoroti bahwa interaksi chatbot yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan melalui peningkatan kepuasan pengguna, personalisasi, dan responsivitas. Namun, penelitian tersebut lebih berfokus pada chatbot dalam konteks layanan pelanggan secara umum, bukan pada model bahasa besar seperti ChatGPT. Selain itu, penelitian oleh Zhang et al. (2024) menunjukkan bahwa interaksi multimodal dalam chatbot dapat meningkatkan User Engagement, tetapi belum secara spesifik meneliti dampaknya terhadap retensi pengguna dalam konteks ChatGPT.

ChatGPT, sebagai salah satu *platform* berbasis kecerdasan buatan yang berkembang pesat, telah menarik perhatian jutaan pengguna di seluruh

dunia. Berdasarkan data proporsi pengguna global, Amerika Serikat mendominasi dengan 14,58% dari total pengguna, diikuti oleh India (9,37%), Brasil (4,88%), Indonesia (4,04%), dan Inggris (3,77%). Sementara itu, 63,64% pengguna berasal dari berbagai negara lainnya yang tergabung dalam kategori "Lainnya" (Duarte, 2024). Data ini mencerminkan luasnya adopsi ChatGPT sebagai alat pendukung berbagai aktivitas, termasuk pendidikan, bisnis, hingga hiburan.

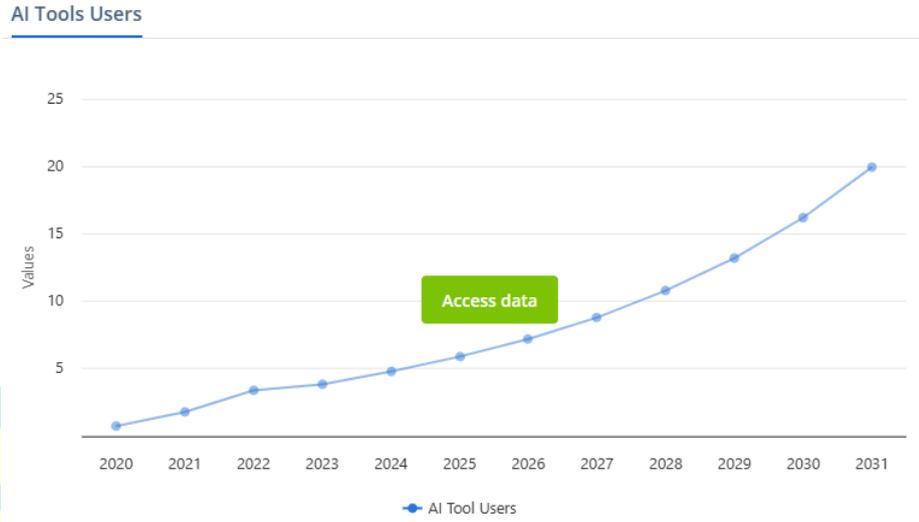
NEGARA	PROPORSI PENGGUNA CHAT GPT
USA	14,58%
India	9,37%
Brazil	4,88%
Indonesia	4,04%
Inggris	3,77%
Lainnya (Gabungan)	63,64%

**Gambar 1. 1 Pengguna ChatGPT Berdasarkan Wilayah**

Sumber : (Duarte, 2024)

Berdasarkan data Statistika (2025) pertumbuhan pengguna AI di Indonesia akan terus meningkat secara signifikan sampai 2030. Berdasarkan data dari Garuda Website, sebagian besar pengguna ChatGPT di Indonesia berasal dari wilayah perkotaan, termasuk Jakarta dan sekitarnya. Namun, karena penggunaan platform yang tinggi, pertanyaan muncul tentang Personalization ChatGPT, User Experience (*user experience*), dan akurasi respons yang diberikan. Ketiga komponen ini dianggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap User Engagement (*user engagement*) dan, pada akhirnya, Retention Rate (*Retention Rate*). Indonesia yang menduduki peringkat keempat dalam jumlah pengguna ChatGPT, menjadikan pemahaman mengenai cara pengguna Indonesia menggunakan ChatGPT serta bagaimana pengalaman mereka dapat meningkatkan keterlibatan dan

loyalitas terhadap platform ini sangat penting.



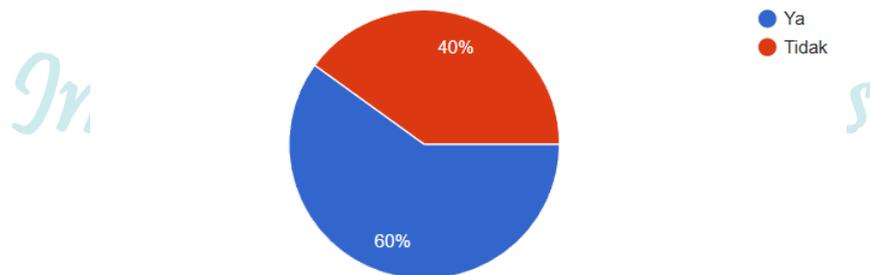
**Gambar 1. 2 Pertumbuhan Pengguna AI di Indonesia**

Sumber : (Wawasan Pasar Statista, 2025)

Maka dari itu, penulis melakukan pra-riset dengan 10 orang responden pengguna AI terutama ChatGPT yang berlokasi di daerah JABODETABEK. Adapun pemilihan wilayah Jabodetabek sebagai lokasi penelitian bukan tanpa alasan. Jabodetabek merupakan kawasan dengan tingkat penetrasi teknologi digital tertinggi di Indonesia, sekaligus menjadi pusat pendidikan, ekonomi, dan aktivitas teknologi informasi. Hal ini menjadikan Jabodetabek sebagai lokasi yang representatif untuk menggambarkan karakteristik dan perilaku pengguna ChatGPT secara lebih akurat.

Apakah anda ingin berhenti menggunakan ChatGPT?

awaban



**Gambar 1. 3 Pra Riset Penelitian**

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Peneliti telah melakukan pra-riset terhadap 10 responden yang merupakan pengguna aktif ChatGPT untuk memperoleh gambaran awal mengenai pengalaman, persepsi, serta kepuasan mereka dalam menggunakan layanan ini. Pra-riset ini dilakukan sebagai langkah awal dalam mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi User Engagement (*user engagement*) dan keputusan mereka untuk terus menggunakan atau berhenti menggunakan ChatGPT (*Retention Rate*).

Bagaimana pengalaman anda selama menggunakan chat gpt?

10 jawaban

Saya tidak puas karena ChatGPT tidak bisa menjawab pertanyaan yang bersifat teknis atau mendalam

Bahasa yang digunakan terlalu kaku dan terasa seperti robot, bukan percakapan alami

Waktu respon cukup cepat, tapi isinya sering tidak relevan dengan yang saya butuhkan

Fitur yang tersedia terbatas dan tidak mendukung kebutuhan saya sepenuhnya.

Saya merasa tidak terbantu dan akhirnya harus mencari jawaban dari sumber lain

Saya merasa ChatGPT sering salah memahami konteks dari pertanyaan saya

Saya mengalami kesulitan dalam menggunakan platform ini karena tidak ada panduan yang jelas

Jawabannya terlalu umum dan tidak menjawab pertanyaan saya secara spesifik

Terkadang respons yang diberikan tidak akurat dan justru membingungkan

**Gambar 1. 4 Hasil Pra Riset User Experience**

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pra-riset, permasalahan utama dalam variabel *user experience* ChatGPT mencakup beberapa aspek penting. Dari sisi *usefulness*, pengguna merasa ChatGPT tidak mampu memberikan jawaban yang mendalam atau sesuai kebutuhan spesifik mereka. Pada aspek *usability*, ditemukan kesulitan dalam penggunaan platform karena minimnya panduan, serta adanya respons yang terlalu umum dan kurang relevan. *Desirability* juga menjadi isu, di mana gaya bahasa dianggap terlalu kaku dan tidak natural, sehingga menurunkan kenyamanan dalam berinteraksi. Selain itu, dari sisi *credibility*, beberapa respon menyebutkan bahwa jawaban yang diberikan sering kali tidak akurat dan membingungkan, sehingga mengurangi kepercayaan pengguna terhadap hasil yang diberikan. Keseluruhan pengalaman ini menunjukkan bahwa peningkatan pada kualitas respons, pemahaman konteks, serta dukungan

fitur sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kepuasan dan pengalaman pengguna secara menyeluruh.

10. Mengapa anda ingin berhenti menggunakan chatGPT?

10 jawaban

"Saya tidak akan merekomendasikan karena penggunaan ChatGPT membutuhkan pemahaman tertentu agar hasilnya relevan, dan itu bisa membingungkan bagi orang awam."

"Saya rasa ChatGPT layak direkomendasikan karena dapat menjadi asisten virtual yang responsif dan fleksibel dalam berbagai kebutuhan, baik pendidikan maupun bisnis."

"Saya tidak merasa fitur personalisasi ChatGPT cukup berkembang. Hasil jawabannya terasa kurang spesifik dan kadang tidak sesuai konteks."

Ya, Karena membantu dan mudah digunakan

"Saya tidak akan merekomendasikan karena penggunaan ChatGPT membutuhkan pemahaman tertentu agar hasilnya relevan, dan itu bisa membingungkan bagi orang

"Ya, ChatGPT membuat pekerjaan saya lebih efisien, terutama dalam menulis email, membuat laporan, dan mencari referensi. Fitur personalisasinya juga cukup membantu."

"Tidak, saya merasa lebih nyaman mencari informasi sendiri melalui artikel atau jurnal daripada

### Gambar 1. 5 Alasan Berhenti Menggunakan ChatGPT

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tanggapan enam responden yang menyatakan keinginan untuk berhenti menggunakan ChatGPT, permasalahan yang muncul berkaitan dengan beberapa faktor utama, yaitu ketidakakuratan dan kurangnya relevansi jawaban antarmuka yang dianggap membingungkan bagi pengguna awam, serta keterbatasan dalam Personalization yang menyebabkan hasil terasa kurang spesifik dan tidak sesuai konteks. Selain itu, beberapa responden merasa lebih nyaman mencari informasi secara mandiri melalui artikel atau jurnal daripada bergantung pada AI. Permasalahan ini mencerminkan adanya hambatan dalam adopsi dan keberlanjutan penggunaan ChatGPT, yang penting untuk diteliti lebih lanjut guna memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pengguna untuk berhenti menggunakan layanan tersebut. Permasalahan ini mencerminkan adanya hambatan dalam adopsi dan keberlanjutan penggunaan ChatGPT, yang penting untuk diteliti lebih lanjut guna memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pengguna untuk berhenti menggunakan layanan tersebut.

Berdasarkan pembahasan yang telah disampaikan, penggunaan

ChatGPT sebagai aplikasi AI memberikan pengalaman interaksi yang lebih alami dan responsif dibandingkan dengan *chatbot* berbasis aturan tradisional. Namun, untuk meningkatkan efektivitas penggunaan ChatGPT, terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan, yaitu User Experience yang dipengaruhi oleh akurasi respons, Personalization, dan User Engagement. Ketidakkuratan dalam respons atau kurangnya personalisasi dapat menurunkan *user engagement*, yang pada gilirannya berdampak pada *Retention Rate* pengguna. Oleh karena itu, untuk memastikan keberlanjutan penggunaan ChatGPT, penting untuk meningkatkan kualitas respons dan Personalization yang sesuai dengan preferensi pengguna, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pengguna dalam jangka panjang. Maka dari itu, penulis melaksanakan penelitian ini yang berjudul **"Pengaruh *User Experience, Accuracy of Responses, Personalization Features* terhadap *User engagement* dan Dampaknya terhadap *Retention Rate* pada ChatGPT."**

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian yang telah di paparkan, berikut pertanyaan penelitian atau rumusan masalah yang dapat diajukan untuk penelitian ini yaitu

1. Apakah *user experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user engagement* dalam penggunaan ChatGPT?
2. Apakah *Accuracy of Responses* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user engagement* dalam penggunaan ChatGPT?
3. Apakah *Personalization Features* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user engagement* dalam penggunaan ChatGPT?
4. Apakah *user engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Retention Rate* dalam penggunaan ChatGPT?
5. Apakah *user experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Retention Rate* dalam penggunaan ChatGPT?
6. Apakah *Accuracy of Responses* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Retention Rate* dalam penggunaan ChatGPT?
7. Apakah *personalization features* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Retention Rate* dalam penggunaan ChatGPT?

8. Apakah *user experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user engagement* melalui *Retention Rate* dalam penggunaan ChatGPT?
9. Apakah *Accuracy of Responses* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user engagement* melalui *Retention Rate* dalam penggunaan ChatGPT?
10. Apakah *Personalization Features* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *user engagement* melalui *Retention Rate* dalam penggunaan ChatGPT?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah di sebutkan, adapun maksud dan tujuan dari penulisan penelitian ini yaitu

1. Menganalisis pengaruh *user experience* terhadap *user engagement* dalam penggunaan ChatGPT
2. Menganalisis pengaruh *accuracy of responses* terhadap *user engagement* dalam penggunaan ChatGPT
3. Menganalisis pengaruh *personalization features* terhadap *user engagement* dalam penggunaan ChatGPT
4. Menganalisis pengaruh *user engagement* terhadap *Retention Rate* dalam penggunaan ChatGPT
5. Menganalisis pengaruh *user experience* terhadap *Retention Rate* dalam penggunaan ChatGPT
6. Menganalisis pengaruh *Accuracy of Responses* terhadap *Retention Rate* dalam penggunaan ChatGPT
7. Menganalisis pengaruh *Personalization Features* terhadap *Retention Rate* dalam penggunaan ChatGPT
8. Menganalisis pengaruh *user experience* terhadap *user engagement* melalui *Retention Rate* dalam penggunaan ChatGPT
9. Menganalisis pengaruh *accuracy of responses* terhadap *user engagement* melalui *Retention Rate* dalam penggunaan ChatGPT
10. Menganalisis pengaruh *personalization features* terhadap *user engagement* melalui *Retention Rate* dalam penggunaan ChatGPT

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan aplikasi berbasis kecerdasan buatan, khususnya ChatGPT, serta memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi User Experience dan retensi.

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya literatur yang ada mengenai interaksi manusia dan teknologi, khususnya dalam konteks aplikasi berbasis kecerdasan buatan seperti ChatGPT. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana faktor-faktor seperti *user experience*, *Accuracy of Responses*, dan *Personalization Features* berpengaruh terhadap *user engagement* dan *Retention Rate*. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori-teori yang berkaitan dengan User Experience, interaksi manusia-komputer, serta aplikasi kecerdasan buatan yang lebih adaptif dan efektif.

### 2. Manfaat Praktis

#### a) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi empiris yang dapat dijadikan dasar dalam pengembangan studi lanjutan terkait perilaku pengguna terhadap teknologi berbasis kecerdasan buatan, khususnya dalam konteks interaksi manusia dan sistem AI. Penelitian ini juga membuka peluang eksplorasi lebih lanjut mengenai variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi *user engagement* dan *retention*, serta menguji model serupa di platform AI lainnya.

#### b) Bagi Pengguna ChatGPT

Temuan dari penelitian ini dapat membantu pengguna untuk lebih memahami bagaimana elemen-elemen seperti *user experience*, akurasi respons, dan fitur personalisasi memengaruhi kenyamanan serta loyalitas mereka dalam menggunakan ChatGPT. Dengan pemahaman ini, pengguna dapat lebih selektif dalam

memanfaatkan fitur dan mengevaluasi kualitas interaksi yang mereka alami.

c) Bagi Perusahaan atau Pengembang ChatGPT

Penelitian ini memberikan wawasan praktis yang penting bagi perusahaan dan pengembang ChatGPT dalam merancang strategi pengembangan fitur yang lebih responsif terhadap kebutuhan dan preferensi pengguna. Dengan memahami hubungan antara pengalaman pengguna, akurasi jawaban, dan fitur personalisasi terhadap keterlibatan serta retensi pengguna, perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan, memperkuat loyalitas pengguna, dan memastikan keberlangsungan penggunaan aplikasi dalam jangka panjang.



*Intelligentia - Dignitas*