

ACCOUNTING MEETS AI: THE INFLUENCE OF TECHNOLOGY READINESS AND HEDONIC MOTIVATION ON STUDENTS' ADOPTION INTENTION

Ulfah Tika Saputri¹⁾, Meilinda Dwi Anugrah²⁾, Kurnia Widya Oktarini³⁾, Devi Febrianti⁴⁾, Edy Firza⁵⁾
Ulfah.tika.saputri@polsri.ac.id¹⁾, meilinda.dwi.anugrah@polsri.ac.id^{2)*}, kurnia.widya.oktarini@polsri.ac.id³⁾,
devi.febrianti@polsri.ac.id⁴⁾, edy.firza@polsri.ac.id⁵⁾

^{1), 2), 3), 4), 5)} Akuntansi, Politeknik Negeri Sriwijaya

Jl. Sriwijaya Bukit Besar Kota Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

Abstract

This study aims to examine the mediating effect of hedonic motivation on the relationship between technology readiness and the intention to adopt AI technology in the learning process of accounting students at vocational higher education institutions. A purposive sampling technique was employed, resulting in 500 respondents who met the predefined criteria and were included as the study sample. Data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that technology readiness does not have a direct effect on the intention to adopt AI in the learning process. Instead, hedonic motivation serves as a mediating variable, linking technology readiness to the intention to adopt AI-based technology among accounting students in vocational higher education.

Keywords: technology readiness; hedonic motivation; intention to adopt AI.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh mediasi motivasi hedonik terhadap hubungan antara kesiapan teknologi (technology readiness) dan niat mengadopsi teknologi AI dalam proses pembelajaran mahasiswa akuntansi di perguruan tinggi vokasi. Teknik purposive sampling digunakan dalam pemilihan sampel, sehingga diperoleh 500 responden yang memenuhi kriteria dan dijadikan sebagai sampel penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesiapan teknologi tidak berpengaruh langsung terhadap niat mengadopsi AI dalam proses pembelajaran. Sebaliknya, motivasi hedonik berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan pengaruh kesiapan teknologi terhadap niat adopsi teknologi AI di kalangan mahasiswa akuntansi pada pendidikan tinggi vokasi.

Kata kunci: kesiapan teknologi; motivasi hedonik; niat adopsi AI.

1. Pendahuluan

Kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*) telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam pengembangan dunia pendidikan tinggi pada era transformasi digital seperti saat ini. Perkembangan ini membawa peluang besar dalam penyelesaian tugas-tugas akademik yang dikenal kompleks dan membutuhkan ketelitian tinggi. Terutama pada disiplin ilmu akuntansi dengan latar belakang perguruan tinggi vokasi yang memiliki fokus pada pengembangan keahlian dan peningkatan kemampuan teknis melalui praktik.

Pada konteks pendidikan vokasi akuntansi, mahasiswa dituntut untuk menguasai kompetensi praktik seperti pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan, hingga simulasi audit melalui pembelajaran praktikum. Seluruhnya membutuhkan ketelitian dan pemahaman analitis yang tinggi. AI dinilai dapat membantu mahasiswa menyelesaikan berbagai tugas praktik kompleks lebih cepat dan akurat. Teknologi ini memungkinkan analisis data otomatis, prediksi berbasis machine learning, dan pelaporan yang terstruktur.

Namun, tingkat adopsi AI di kalangan mahasiswa sangat bervariasi. Sebagian mahasiswa menunjukkan antusiasme tinggi karena mereka merasa tertarik dan senang menggunakan teknologi yang interaktif dan canggih (*hedonic motivation*). Jika dilihat dari karakteristik penugasan akuntansi yang dianggap teknis dan kaku, kehadiran AI harusnya dapat memberikan pengalaman belajar yang lebih interaktif dan menyenangkan, sehingga meningkatkan keterlibatan dan motivasi belajar mahasiswa. Sementara disisi lain, pengguna (mahasiswa) masih merasa ragu akan kebenaran jawaban, atau bahkan tampilan sistem teknologi yang membosankan sehingga tak jarang mereka menolak untuk mengadopsinya.

Technology readiness merupakan faktor krusial dalam menentukan keterbukaan seseorang sebagai dasar penerimaan terhadap penggunaan teknologi baru. *Technology readiness* sendiri menggambarkan sejauh mana individu merasa siap secara psikologis untuk berinteraksi dan menggunakan teknologi baru. Mahasiswa yang memiliki tingkat *readiness* tinggi lebih mungkin menikmati pengalaman menggunakan AI untuk menyelesaikan tugas kompleks seperti praktikum

akuntansi (1). Semakin tinggi kesiapan mahasiswa terhadap teknologi, semakin besar kemungkinan mereka merasakan kesenangan saat menggunakan sistem digital baru (2,3).

(4) membuktikan jika *technology readiness* memiliki pengaruh langsung terhadap *intention to adopt*, yaitu keinginan pengguna untuk mulai menggunakan teknologi tertentu, terutama ketika pengguna memiliki karakteristik optimis dan inovatif. (5,6) juga menyatakan bahwa kesiapan teknologi secara langsung mendorong niat perilaku untuk mengadopsi teknologi, karena individu merasa percaya diri bahwa teknologi akan membantu mereka mencapai tujuan secara lebih efisien.

Sejumlah penelitian terbaru (2) (7) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak selalu bersifat langsung, melainkan perlu melibatkan pengalaman menyenangkan atau aspek hiburan untuk sebuah keterbaruan teknologi dapat dengan mudah diterima. Mahasiswa yang memiliki kesiapan teknologi tinggi cenderung merasakan kesenangan saat menggunakan teknologi, dan perasaan inilah yang kemudian mendorong mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut. Kondisi ini merupakan bagian dari aspek psikologis dorongan internal untuk melakukan sesuatu karena aktivitas dijalankan terasa menyenangkan, menghibur, atau bahkan memuaskan.

Aspek psikologis tersebut adalah *Hedonic motivation*. Aspek ini dinilai memainkan peran mediasi yang kuat dalam membentuk pengaruh *technology readiness* terhadap *intention to adopt* teknologi berbasis AI. Dalam konteks pembelajaran daring dan penggunaan teknologi inovatif, motivasi hedonik terbukti meningkatkan niat mahasiswa untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan (8). Ketika mahasiswa menikmati proses ini, muncul niat yang lebih kuat untuk terus menggunakan AI dalam proses belajar mereka (9).

Dengan demikian, menarik untuk meneliti lebih lanjut pengaruh pengaruh *technology readiness* terhadap *intention to adopt* dengan *hedonic motivation* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa akuntansi di perguruan tinggi vokasi. Penelitian ini juga menguji pengaruh langsung *technology readiness* terhadap *intention to adopt*, untuk memperkuat bukti apakah *hedonic motivation* merupakan variabel yang tepat dalam memediasi pengaruh keduanya. Pada poin ini secara tidak langsung memberikan kontribusi teoritis bagi penelitian dengan topik yang serupa

Semakin menarik lagi, penelitian ini menggunakan mahasiswa vokasi akuntansi dalam penggunaan AI selama proses pembelajaran. Latar belakang perguruan tinggi vokasi khususnya program studi akuntansi yang banyak didominasi pada studi kasus dan penugasan yang kompleks menuntut keahlian teknis, dan ketelitian tentu akan berbeda dengan penggunaan AI pada perguruan tinggi non vokasi. Hal ini harusnya dapat menjadi kontribusi praktis bagi perguruan tinggi vokasi untuk mengadopsi AI akuntansi dalam kurikulum pembelajaran.

2. Tinjauan Pustaka dan Perumusan Hipotesis

a. Pengaruh *Technology Readiness (TR)* dan *Hedonic Motivation*

Penerimaan dan penggunaan teknologi tidak hanya ditentukan oleh aspek fungsional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis individu seperti *technology readiness (TR)* dan motivasi hedonik (*hedonic motivation*). Kerangka *Technology Readiness and Acceptance Model (TRAM)* menjadi model teoritis yang mendasari penelitian ini. TRAM menempatkan *technology readiness* sebagai fondasi awal dalam membentuk persepsi dan pengalaman pengguna terhadap teknologi baru (10). Teori ini menjelaskan bahwa TR (khususnya dimensi positif) dapat membentuk persepsi awal pengguna terhadap teknologi yang kemudian berdampak pada sikap, pengalaman, dan niat perilaku.

(11) juga menyatakan adanya hubungan langsung antara kesiapan teknologi dan respons emosional positif berupa *perceived enjoyment* yang merupakan bagian dari indikator utama dari *hedonic motivation*. (12) juga menegaskan bahwa pengguna dengan TR tinggi menunjukkan tingkat kepuasan dan kenikmatan yang lebih besar saat menggunakan aplikasi digital, yang mencerminkan munculnya motivasi hedonik dalam interaksi teknologi. Artinya, ini dapat berlaku juga bagi mahasiswa akuntansi perguruan vokasi dalam konteks pemanfaatan AI dalam proses pembelajaran.

Mahasiswa yang memiliki tingkat kesiapan teknologi tinggi harusnya lebih antusias dan merasa senang saat menggunakan teknologi AI, karena mereka melihatnya sebagai sesuatu yang menarik, dan bermanfaat TR tidak hanya membentuk persepsi kognitif, tetapi juga pengalaman emosional yang menyenangkan, yang tercermin dalam motivasi hedonik pengguna. Dengan demikian, hipotesis satu dalam penelitian ini yaitu:

H1: *Technology readiness (TR)* berpengaruh positif terhadap *hedonic motivation* dalam penggunaan teknologi AI oleh mahasiswa

b. Pengaruh *Hedonic Motivation* and *Intention AI Adoption*

Hedonic motivation, yaitu dorongan internal yang muncul dari rasa senang, puas, atau terhibur saat menggunakan suatu teknologi. *hedonic motivation* dipandang sebagai variabel penting yang memengaruhi sikap dan niat pengguna terhadap adopsi teknologi, terutama pada sistem yang interaktif dan menyenangkan. Penelitian terdahulu (13) menunjukkan bahwa pengalaman menjadikan pengguna merasa termotivasi secara emosional, bukan hanya secara fungsional yang pada akhirnya menciptakan niat dalam menggunakan. (14) juga menyebutkan motivasi hedonik memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap niat mahasiswa

untuk mengadopsi AI sebagai alat bantu belajar, khususnya ketika teknologi tersebut mampu memberikan pengalaman belajar yang menarik dan menyenangkan. Pada konteks adopsi teknologi AI dalam dunia pendidikan yang sangat bergantung pada interaksi manusia dan persepsi emosional untuk menciptakan niat untuk menggunakan teknologi baru berbasis AI. Dengan demikian, hipotesis kedua yang dibangun sebagai berikut:

H2: Hedonic motivation berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan teknologi AI dalam Proses pembelajaran mahasiswa

c. Peran Mediasi Hedonic Motivation Terhadap Pengaruh Technology Readiness (TR) dan Intention AI Adoption

TRAM menjelaskan bahwa *TR* tidak hanya memengaruhi niat adopsi teknologi secara langsung. Misalnya, (15) menyatakan bahwa kesiapan dalam aspek manusia, proses, dan data dalam hal kesiapan teknologi diperlukan untuk mencapai keberhasilan operasional jangka panjang dalam implementasi AI. (1) juga menegaskan bahwa *TR* memengaruhi perilaku penggunaan teknologi.

Bukan hanya jalur langsung, hubungan keduanya juga dapat dipengaruhi oleh jalur tidak langsung, yaitu dengan memicu munculnya *hedonic motivation*. Mahasiswa yang memiliki kesiapan teknologi yang tinggi (optimism dan innovativeness) cenderung merasa senang dan puas saat berinteraksi dengan teknologi berbasis AI. Rasa senang ini kemudian mendorong munculnya niat untuk terus menggunakan teknologi tersebut. (11) *TR* secara signifikan meningkatkan *perceived enjoyment*, yang berperan sebagai variabel psikologis perantara dalam membentuk niat penggunaan teknologi. Kemudian, (14) yang juga mempertegas bahwa *hedonic motivation* berperan penting dalam menjembatani faktor-faktor kognitif dan niat untuk mengadopsi AI dalam pembelajaran. Dengan demikian hipotesis ke tiga dalam penelitian ini yaitu:

H3a: Technology readiness berpengaruh positif terhadap niat mengadopsi teknologi berbasis AI oleh mahasiswa.

H3b: Hedonic Motivation Memediasi pengaruh Technology Readiness (TR) Terhadap niat mengadopsi teknologi berbasis AI dalam Proses pembelajaran mahasiswa.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif** yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antar variabel dalam model penelitian, khususnya pengaruh *technology readiness* terhadap *intention to adopt* teknologi AI, dengan *hedonic motivation* sebagai variabel mediasi.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kami menggunakan skala likert ikert 5 poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Instrumen penelitian terdiri dari tiga variabel utama, yaitu:

Tabel 1. Pengukuran

Variabel	Sumber
Technology Readiness (X1)	Terdiri dari 3 pernyataan (1)
Hedonic Motivation (M)	Terdiri dari 16 pernyataan (16)
Intention AI Adoption (Y)	Terdiri dari 3 pernyataan (17)

Sumber: Data Diolah (2025)

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Prosedur analisis dilakukan melalui dua tahap, yaitu **pengujian model pengukuran (outer model)** untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk, serta **pengujian model struktural (inner model)** untuk menguji hubungan antar variabel dan uji hipotesis. Uji yang kami lakukan, yaitu: (a) analisis demografi; (b) uji validitas dan reliabilitas; (c) uji koefisien determinasi dan (d) uji hipotesis.

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan karakteristik: (a) mahasiswa akuntansi perguruan tinggi vokasi (b) memiliki pengalaman menggunakan AI dalam penyelesaian penugasan. Hasilnya, kami memperoleh 500 responden sebagai sampel dalam penelitian. Berikut hasil demografi dari penelitian ini:

Tabel 1. Demografi Responden

Jenis Kelamin	Persentase
Laki-laki	30%
Perempuan	70%
Jenjang Studi	
DIII	42%
DIV	58%
Pengalaman Menggunakan AI	
3 tahun	16%
1 s.d 2 tahun	52%
< 1 tahun	32%

Sumber: Data Diolah (2025)

Tahap Kedua, kami memastikan bahwa seluruh instrumen yang digunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Kami menggunakan dua pengujian validitas, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan.

Tabel 2. Cross Loading Factor
 Sumber: Data diolah, SEM PLS (2025)

Tabel 3. Average variance extracted			
Variabel	Average variance extracted (AVE)		
HM	0.811		
Indikator	HM	INT	TR
HM1	0.895		
HM2	0.909		
HM3	0.897		
INT1		0.873	
INT2		0.860	
INT3		0.888	
TR1			0.896
TR2			0.881
TR3			0.833
INT		0.763	
TR		0.758	

Sumber: Data diolah, SEM PLS (2025)

Berdasarkan tabel 2 dan 3 diatas, nilai loading factor berada >0.07, dan nilai Nilai AVE >0.50. (18) menyebutkan jika validitas terpenuhi saat nilai loading factor melebihi angka 0.7. Sedangkan nilai AVE untuk ketiga variabel tersebut melampaui batas minimum yang disarankan yaitu 0.50 (18). Sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing konstruk telah memenuhi validitas konvergen, artinya indikator-indikator dalam satu konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians konstruk tersebut. Hasil kedua pengujian ini menunjukkan bahwa item pernyataan dan variabel yang digunakan dalam penelitian memenuhi validitas konvergen.

Kemudian penelitian dilanjutkan dengan melakukan pengujian terhadap validitas diskriminan. Uji fornell लेकर digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel memenuhi validitas diskriminan menggunakan uji fornell लेकर. Kriteria Fornell-Larcker dari uji ini, yaitu akar kuadrat dari nilai AVE terhadap korelasi antar konstruk. Validitas diskriminan dinyatakan memadai apabila nilai akar kuadrat AVE dari suatu konstruk lebih besar daripada korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya

Tabel 4. Uji Fornell लेकर

	HM	INT	TR
HM	0.901		
INT	0.677	0.874	
TR	0.679	0.481	0.870

Sumber: Data diolah SEM PLS, (2025)

Berdasarkan tabel 4, menunjukkan nilai akar AVE lebih besar dari korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya. Dengan demikian, validitas diskriminan dalam penelitian telah terpenuhi.

Setelahnya, kami melakukan uji reliabilitas, dengan menganalisis seluruh nilai variabel pada cornbach alpha dan composite reliability. Kedua nilai ini harus berada di atas ambang batas minimum 0.70 (18). Berdasarkan Tabel 5, nilai cornbach alpha dan composite reliability berada pada angka >0.70 untuk semua variabel. Secara keseluruhan, hasil uji reliabilitas ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam model penelitian telah memenuhi syarat reliabilitas, baik berdasarkan Cronbach's Alpha maupun Composite Reliability. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dapat dikatakan andal dan konsisten dalam mengukur variabel-variabel yang diteliti. Berikut merupakan tabel uji reliabilitas data.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Data

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)
HM	0.884	0.928
INT	0.845	0.906
TR	0.842	0.904

Sumber: Data diolah, SEM PLS (2025)

Tahap keempat, kami melakukan uji koefisien determinasi (R square). Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa baik model regresi menjelaskan variabilitas dari data dependen (variabel yang dijelaskan) berdasarkan variabel independen (predictor). (18) menyebutkan nilai R² sebesar 0.25 termasuk kategori **moderat**, dan nilai di atas 0.50 dianggap **kuat**

Penelitian ini berhasil menunjukkan hasil yang cukup tinggi, bahwa 46% variabel predictor mampu menjelaskan saat variabel dependen adalah hedonic motivation, dan 45% saat variabel dependennya adalah niat untuk menggunakan(intention to AI Adoption). Oleh karena itu, R² pada model ini dapat dikategorikan cukup baik, menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelas yang memadai terhadap variabel-variabel endogen yang diteliti. Nilai adjusted R² disajikan pada table berikut:

Tabel 5. Koefisien Determinasi

	R-square	R-square adjusted
HM	0.461	0.460
INT	0.459	0.457

Sumber: Data diolah SEM PLS, (2025)

Pada tahap terakhir kami melakukan uji hipotesis, untuk mengetahui pengaruh langsung dan

tidak langsung. Pengaruh langsung ditunjukkan dalam table dan gambar coefficient path berikut:

Tabel 7. Direct Effect

Keterangan	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
HM -> INT	15.153	0.000*	Diterima
TR -> HM	21.003	0.000*	Diterima
TR -> INT	0.730	0.465	Ditolak

Sumber: Data diolah SEM PLS, (2025)

Tabel 7 menyatakan bahwa terdapat hubungan positif *technology readiness* (TR) dalam menciptakan *hedonic motivation*. TR (khususnya dimensi positif) dapat membentuk persepsi awal pengguna terhadap teknologi yang kemudian berdampak pada sikap, pengalaman, dan niat perilaku. Nilai p value 0.000 dengan nilai t statistic sebesar 15.153 atau dalam hal ini berarti (**H1, diterima**). Ini berarti kesiapan teknologi terutama pada aspek positif seperti optimisme dan inovasi berkontribusi terhadap munculnya rasa senang dan puas saat menggunakan AI. Dengan kata lain, mahasiswa yang memiliki tingkat kesiapan teknologi yang tinggi cenderung lebih menikmati pengalaman menggunakan teknologi AI. Temuan ini konsisten dengan model TRAM, yang mengintegrasikan *technology readiness* sebagai determinan awal terhadap persepsi dan sikap positif pengguna (10).

Penelitian ini juga membuktikan bahwa terdapat hubungan langsung antara *hedonic motivation* dengan *intention to adopting AI*. Nilai p value $0.000 < 0.05$ dengan nilai t statistic 21.003 atau (**H2, diterima**). Saat seseorang merasa terhibur dan merasakan pengalaman yang menyenangkan saat menggunakan teknologi baru, maka akan tercipta niat menggunakan terus menerus. Hasil penelitian ini menempatkan *hedonic motivation* sebagai variabel prediktor penting dalam model TRAM untuk membentuk niat menggunakan dalam konteks teknologi yang memberikan pengalaman interaksi menyenangkan (12).

Sedangkan pengaruh langsung *technology readiness* terhadap *intention to adopting AI* tidak dapat diterima. Nilai p value $0.465 > 0.05$ atau dapat disimpulkan (**H3a, ditolak**). Ini berarti TR tidak memiliki pengaruh langsung yang cukup kuat terhadap niat mengadopsi teknologi AI. Dalam hal ini, meskipun seseorang memiliki kesiapan teknologi, hal itu belum cukup untuk mendorong niat menggunakan teknologi, kecuali jika pengalaman penggunaan teknologi tersebut juga menyenangkan atau memuaskan.

Temuan ini memperkuat dugaan bahwa pengaruh TR terhadap INT bersifat tidak langsung, dan lebih efektif bila melalui mediasi *hedonic motivation*. Nilai p value pada efek tidak langsung adalah $0.000 < 0.005$ dengan nilai t statistic 11.463 atau hipotesis 3b diterima (**H3b, diterima**). Artinya, *hedonic motivation* terbukti menjadi variabel yang memediasi hubungan *technology readiness* dan *intention to adopt AI*.

Hasil pengaruh tidak langsung kemudian dijelaskan melalui tabel berikut:

Tabel 8. Indirect Effect

	T statistics	P values	Keterangan
TR -> HM -> INT	11.463	0.000*	Diterima

Sumber: Data diolah SEM PLS, (2025)

Berikut merupakan gambar analisis jalur dalam penelitian ini:

Gambar 1. Analisis Jalur

5. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *technology readiness* berpengaruh positif terhadap *hedonic motivation*, dan *hedonic motivation* berpengaruh signifikan terhadap *intention to adopt* teknologi AI. Namun, *technology readiness* tidak berpengaruh langsung terhadap niat adopsi teknologi. Hal ini menegaskan bahwa kesiapan teknologi mendorong niat adopsi hanya jika disertai pengalaman menyenangkan dalam penggunaan teknologi. Dengan demikian, *hedonic motivation* memediasi hubungan antara *technology readiness* dan *intention to adopt*,

Hasil ini membuktikan adanya peran psikologis dalam dalam proses pengadopsian AI di lingkungan pendidikan.

6. Daftar Pustaka

- Blut M, Wang C. Technology readiness: a meta-analysis of conceptualizations of the construct and its impact on technology usage. *J Acad Mark Sci.* 2020;48(4):649–69.
- Khan S, Khan SU. Tourist motivation to adopt smart hospitality: the impact of smartness and technology readiness. *J Hosp Tour Insights.* 2024;
- Ayasrah FTM. Exploring E-Learning Readiness as Mediating between Trust, Hedonic Motivation, Students' Expectation, and Intention to Use Technology in Taibah University. *J Educ Soc Policy.* 2020;7(1).
- Cruz-Cárdenas J, Guadalupe-Lanas J, Ramos-Galarza C, Palacio-Fierro A. Drivers of technology readiness and motivations for consumption in explaining the tendency of consumers to use technology-based services. *J*

- Bus Res [Internet]. 2021;122(September 2020):217–25. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.054>
5. Shonhe L. Conceptual framework to explore artificial intelligence technology (AIT) readiness and adoption intention in records and information management (RIM) practices: a proposal. *Rec Manag J*. 2024;35(1):18–34.
 6. Khoza TK, Mabitsela T, Nel P. Technology readiness, technology acceptance, and work engagement: A mediational analysis. *SA J Ind Psychol*. 2024;50(March):0–10.
 7. Sharma M, Kaur R. Accounting conservatism and corporate governance: evidence from India. *J Glob Responsib*. 2021;12(4):435–51.
 8. Palos-Sanchez PR, Saura JR, Velicia-Martin F. A Case Study on a Hedonic-Motivation System Adoption Model in a Game-Based Student Response System. *Int J Hum Comput Interact* [Internet]. 2024;40(3):701–18. Available from: <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2121801>
 9. Deng X, Yu Z. An extended hedonic motivation adoption model of TikTok in higher education. *Educ Inf Technol* [Internet]. 2023;28(10):13595–617. Available from: <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11749-x>
 10. Lin, Chien-Hsin, Hsin-Yu Shih PJS. Integrating technology readiness into technology acceptance. *Psychol Mark*. 2007;Vol. 24(7).
 11. Chiu W, Cho H. The role of technology readiness in individuals' intention to use health and fitness applications: a comparison between users and non-users. *Asia Pacific J Mark Logist*. 2021;33(3):807–25.
 12. Jin CH. Predicting the Use of Brand Application Based on a TRAM. *Int J Hum Comput Interact* [Internet]. 2020;36(2):156–71. Available from: <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1609227>
 13. Kang S, Choi Y, Kim B. Impact of generative AI service adoption intent on user attitudes: Focusing on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Int J Innov Res Sci Stud*. 2025;8(1):2021–33.
 14. Zhou Y, Wu X, Qu K. The Role of ChatGPT in English Language Learning: A Hedonic Motivation Perspective on Student Adoption in Chinese Universities. *Lang Teach Res Q*. 2024;43:132–54.
 15. Uren V, Edwards JS. Technology readiness and the organizational journey towards AI adoption: An empirical study. *Int J Inf Manage* [Internet]. 2023;68(September 2022):102588. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102588>
 16. Venkatesh V, Thong J y. ., Xu X. Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology by Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong, Xin Xu.: SSRN. *MIS Q* [Internet]. 2012;36(1):157–78. Available from: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388
 17. Davis FD. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Q Manag Inf Syst*. 1989;13(3):319–39.
 18. Joseph F. Hair J. *GTMHCMRMS. A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)-Third Edition*. 2021. 385 p.