ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi digital dan kepercayaan diri terhadap terhadap persepsi efisiensi audit melalui adopsi teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/*AI) pada mahasiswa akuntansi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Populasi penelitian adalah mahasiswa akuntansi UPN "Veteran" Yogyakarta yang telah menempuh mata kuliah audit dan diperkenalkan dengan teknologi audit, dengan sampel sebanyak 51 responden yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda serta uji mediasi Sobel dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan diri berpengaruh positif terhadap adopsi teknologi AI, sedangkan literasi digital berpengaruh negatif terhadap adopsi teknologi AI. Selain itu, literasi digital, kepercayaan diri dan adopsi teknologi AI berpengaruh positif terhadap persepsi efisiensi audit. Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa adopsi teknologi AI tidak memediasi hubungan antara literasi digital dan persepsi efisiensi audit. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi digital berperan langsung dalam membentuk persepsi efisiensi audit, sementara adopsi AI lebih dipengaruhi oleh faktor psikologis individu.

Kata kunci: literasi digital, kepercayaan diri, adopsi teknologi AI, persepsi efisiensi audit.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effects of digital literacy and self-confidence on perceived audit efficiency through the adoption of Artificial Intelligence (AI) among accounting students. This research employs a quantitative approach with a causal design. The population consists of accounting students at Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta who have completed auditing courses and have been introduced to audit-related technologies, with a sample of 51 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using multiple linear regression and Sobel mediation tests with SPSS. The results indicate that self-confidence has a positive effect on AI adoption, while digital literacy has a negative effect on AI adoption. Furthermore, digital literacy, self-efficacy and AI adoption have a positive effect on perceived audit efficiency. Mediation analysis reveals that AI adoption does not mediate the relationship between digital literacy and perceived audit efficiency. These findings suggest that digital literacy directly influences perceptions of audit efficiency, whereas AI adoption is more strongly driven by individual psychological factors.

Keywords: *digital literacy, self-efficacy, artificial intelligence adoption, perceived audit efficiency.*