

## BISNIS KESEHATAN BERBASIS DIGITAL: INTENSI PENGGUNA APLIKASI DIGITAL HALODOC

Eko Retno Indriyarti<sup>1)</sup>, Suryo Wibowo<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Manajemen, Universitas Trisakti

<sup>2)</sup>Specialty Programme in Occupational Medicine, Universitas Indonesia

Diterima: 30 Juli 2020 / Disetujui: 27 Agustus 2020

### ABSTRACT

*Everybody needs continuous health both in normal conditions and in pandemic conditions like this time. Digital-based health services are present in the community to meet existing needs. The community as users is faced with a variety of health service choices according to user preferences and needs. The public in general has known about digital-based health services but have not used them because they have considerations, namely price. On the other hand, people who have used it are more concerned about the benefits and ease of using these digital health services. This study aims to explain the influence of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Intention of using Halodoc digital health services in Jakarta. The sample in this study were 135 people. Using multiple regression analysis with SPSS 25.0, the results of this study explain that partially and simultaneously the intention to use Halodoc is influenced by the factors of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use. During difficult times due to this pandemic, it is hoped that the next research will use related external factors such as environmental / social factors and employment status or income.*

**Keywords:** *Usefulness, Ease of Use, Health, Digital*

### ABSTRAK

Setiap individu membutuhkan Kesehatan yang terus-menerus baik dalam kondisi yang normal maupun dalam kondisi pandemic seperti saat ini. Layanan Kesehatan berbasis digital hadir di tengah masyarakat untuk memenuhi kebutuhan yang ada. Masyarakat sebagai pengguna dihadapkan pada ragam pilihan layanan kesehatan sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pengguna. Masyarakat secara umum telah mengetahui adanya layanan Kesehatan berbasis digital namun belum menggunakannya karena memiliki pertimbangan yaitu harga. Di sisi lain, masyarakat yang telah menggunakan lebih mempertimbangkan faktor kemanfaatan dan kemudahan dalam menggunakan layanan Kesehatan digital tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antara *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap Intention penggunaan layanan Kesehatan digital Halodoc di Jakarta. Sampel pada penelitian ini sebanyak 135 orang. Menggunakan analisis regresi berganda dengan SPSS 25.0, hasil penelitian ini menjelaskan bahwa secara parsial dan simultan Intensi penggunaan Halodoc dipengaruhi oleh faktor *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Di tengah masa sulit karena pandemi ini diharapkan penelitian berikutnya menggunakan faktor eksternal yang berkaitan seperti faktor lingkungan/sosial dan status pekerjaan ataupun pendapatan.

**Kata Kunci:** Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Kesehatan, Digital

---

**Corresponding Author:** [suryowibowojkt@yahoo.com](mailto:suryowibowojkt@yahoo.com)

## PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan aspek penting bagi semua kalangan manusia baik dilihat dari usia, status sosial dan ekonomi maupun aspek lainnya. Pada bulan Oktober 2019, DSRResearch mempublikasikan laporan “Pemahaman Pasar *Wellness* di Jakarta” yang menjelaskan salah satu hasil risetnya yaitu mengenai penggunaan aplikasi layanan kesehatann di Jakarta (DSRResearch, 2019). Berdasarkan laporan ini dijelaskan bahwa dari 600 responden yang dilibatkan, sebesar 57,7% responden menjadikan Halodoc sebagai *top of mind* layanan kesehatan berbasis *digital*. Posisi berurutan berikutnya yaitu Alokdokter sebesar 28,5%, Klikdokter sebesar 10,5%, Mobile JKN sebesar 8,3%, dan di posisi kelima ada Tanyadok sebesar 7,3%. Hal ini menjelaskan bahwa Halodoc berhasil membentuk *awareness* bagi para pengguna. Layaknya suatu iklan, maka *awareness* (Indriyarti & Christian, 2020) dapat membentuk *top of mind* bagi pengguna untuk dapat diingat dengan mudah dan cepat. Keberhasilan secara tidak langsung menjelaskan bahwa Halodoc memiliki keunggulan yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna layanan Kesehatan berbasis digital di Jakarta. Lebih lanjut juga hasil laporan tersebut menjelaskan bahwa terdapat ragam faktor pertimbangan intensi penggunaan dari responden yang telah menggunakan maupun yang belum menggunakan namun sudah mengetahui layanan berbasis kesehatan digital yang ditampilkan pada tabel 1.

**Tabel 1.** Lima Faktor Pertimbangan Intensi Penggunaan Layanan Kesehatan Digital di Jakarta

<b>Faktor Pertimbangan</b>	<b>Jumlah (%)</b>
<b>A. Responden yang belum menggunakan namun sudah mengetahui</b>	
Harga produk/layanan yang cenderung mahal	38,6%
Tidak sesuai dengan kebutuhan	36,4%
Minim rekomendasi	22,7%
Penawaran yang ada kurang menarik	18,2%
Varian yang ada tidak sesuai kebutuhan	18,2%
<b>B. Responden yang sudah menggunakan</b>	
Kemudahan akses	68,7%
Kelengkapan fitur	57,3%
Banyak pengguna	49,8%
Harga produk/layanan yang terjangkau	46,1%
Inovasi pada aplikasi/situs	40,6%

\*A= 438 responden; B=44 responden

Sumber: DSRResearch (2019)

Berdasarkan data tersebut dapat dijelaskan bahwa masyarakat sebagai pengguna dihadapkan pada ragam pilihan layanan kesehatan sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pengguna. Masyarakat secara umum yang telah mengetahui adanya layanan Kesehatan berbasis digital ini namun belum menggunakannya memiliki pertimbangan terbesar pada faktor harga. Ketidaktahuan masyarakat mengenai harga yang dibebankan ataupun ketidakmampuan untuk membayar menjadi faktor utama penentu penggunaan layanan Kesehatan tersebut. Selanjutnya bagi pengguna layanan Kesehatan berbasis digital faktor harga bukan menjadi yang utama. Faktor yang menjadi penentu yaitu kemudahan dalam menggunakan atau mengakses layanan Kesehatan berbasis digital tersebut. Hal ini menjelaskan juga bahwa pengguna bersedia untuk membayar di harga tertentu untuk mendapatkan produk atau layanan dengan mudah atau dengan kata lain terciptanya faktor efektif dan efisien pada penggunaan suatu adopsi teknologi (Christian, 2018).

Beberapa kajian riset telah menjelaskan faktor-faktor yang dapat memengaruhi intensi penggunaan teknologi digital yang telah

diadopsi menjadi beberapa aspek kebutuhan masyarakat. Hartono, Laurence, & Tedja (2019) menjelaskan bahwa dari lima faktor yang digunakan untuk mencari pengaruh terhadap intensi penggunaan Halodoc, terdapat empat faktor penentu yaitu faktor manfaat, faktor tampilan dan proses penggunaan, faktor kemampuan fungsional dan faktor kepuasan pengguna. Sementara itu, faktor kemudahan penggunaan bukanlah menjadi faktor pembentuk intensi penggunaan terhadap layanan kesehatan berbasis digital ini. Hal ini menjelaskan bahwa pengalaman pertama menggunakan Halodoc menjadi faktor pembentuk berkelanjutan untuk menggunakan layanan kesehatan berbasis digital tersebut. Faktor kemudahan penggunaan untuk aplikasi yang menjadi kebutuhan orang banyak bukan lagi menjadi faktor penentu tetapi lebih kepada manfaat yang disediakan bagi pengguna. Proses penggunaan yang cenderung rumit dapat membentuk keenganan pengguna untuk menggunakan yang dapat ditandai dengan komplain. Oleh karena itu, pengaturan pada fitur dan fungsinya harus ditempatkan pada posisi yang menarik dan tidak kacau sehingga dapat meningkatkan keinginan penggunaannya lebih banyak lagi (Christian, 2019).

Jung & Yim (2016) dalam penelitiannya mengenai model mental terhadap intensi pengguna gawai menjelaskan bahwa intensi penggunaan gawai dipengaruhi oleh model mental pengguna itu sendiri yang dimediasi oleh faktor manfaat dan kemudahan penggunaan gawai. Penelitian ini menggunakan sampel dominan dengan usia 20-29 tahun di Rep. Korea. Karakter sampel yang didominasi oleh mahasiswa tersebut memiliki kesamaan karakter sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Hal yang menarik juga ditemukan dalam penelitian ini yaitu faktor kemudahan tidak membentuk motivasi intrinsik. Seperti yang diketahui bahwa konsep adopsi suatu teknologi berkaitan erat dengan pembelajaran untuk mengetahui dan menguasai cara penggunaan ataupun pengoperasian suatu alat teknologi adopsi tersebut. Hasil dari penelitian tersebut mengindikasikan bahwa adopsi teknologi yang bersifat umum dan telah banyak digunakan seperti gawai, tidak memerlukan proses pembelajaran yang kompleks sehingga dapat diabaikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yang (2013) mengenai penggunaan aplikasi seluler bagi 555 mahasiswa di Amerika menjelaskan bahwa penggunaan aplikasi seluler dibentuk oleh faktor-faktor persepsi manfaat yang didapat, keinginan untuk menggunakan, penggunaan internet, pendapatan pengguna, dan jenis kelamin pengguna. Hasil ini memiliki kesamaan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jung & Yim (2016) dimana penggunaan suatu alat teknologi pada kelompok muda yang berkaitan dengan gawai lebih ditentukan oleh faktor manfaat yang didapat pengguna bukan pada faktor kemudahan penggunaan. Hal ini dapat menjelaskan bahwa semakin muda usia sampel yang dilibatkan untuk mengukur penggunaan adopsi teknologi yang berkaitan dengan gawai maka faktor kesulitan dalam penggunaan tidak akan dirasakan karena terbentuknya kebiasaan dalam penggunaan baik berdasarkan pengalaman sendiri maupun pengalaman orang lain.

Hal yang berkaitan dengan penggunaan gawai juga diteliti oleh Youn (2019). Penelitian ini menjelaskan secara spesifik mengenai faktor manfaat penggunaan gawai. Penggunaan gawai ditentukan dari persepsi nilai sosial yang ada. Selanjutnya penggunaan gawai dapat dibentuk dari persepsi nilai hedonis pengguna. Kemudian faktor terakhir yaitu penggunaan gawai dipengaruhi oleh persepsi nilai utilitarianisme. Hasil penelitian ini secara khusus menjelaskan bahwa manfaat atau nilai sangat menentukan penggunaan gawai yang digunakan. Hal ini menjelaskan lagi bahwa faktor kemudahan bukanlah menjadi faktor utama yang harus dipertimbangkan.

Adanya perbedaan hasil penelitian-penelitian yang telah dijelaskan di atas menjadi latar belakang utama dilakukan penelitian ini dimana diharapkan dapat melengkapi perbedaan hasil yang ada dengan menggunakan bentuk adopsi teknologi yang lebih spesifik dengan karakter kebutuhan orang banyak di bidang Kesehatan. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi intensi penggunaan layanan kesehatan berbasis digital Halodoc.

Manfaat dapat didefinisikan sebagai “nilai” perolehan pengguna dalam tingkat tertentu sebagai proses penggunaan suatu alat teknologi yang dapat meningkatkan performa pengguna tersebut (Jung & Yim, 2016). Pada suatu pengalaman penggunaan suatu layanan kesehatan berbasis digital, salah satu indikator dalam faktor kemanfaatan yang dapat digunakan yaitu kegunaan sebagai media informasi yang berguna mengenai penggunaan obat non-resep (Thinnukool, Khuwuthyakorn, & Wientong, 2017). Anggapan kepraktisan dan mungkin faktor biaya menjadikan layanan Kesehatan berbasis digital memiliki manfaat secara fungsi untuk memberikan informasi awal mengenai obat tanpa resep dokter. Hal ini memungkinkan juga memberikan manfaat dalam hal urgensi kebutuhan akan informasi mengenai obat dapat diperoleh dengan cepat. Dalam perspektif yang berbeda dimana organisasi juga harus mendapatkan manfaat dari

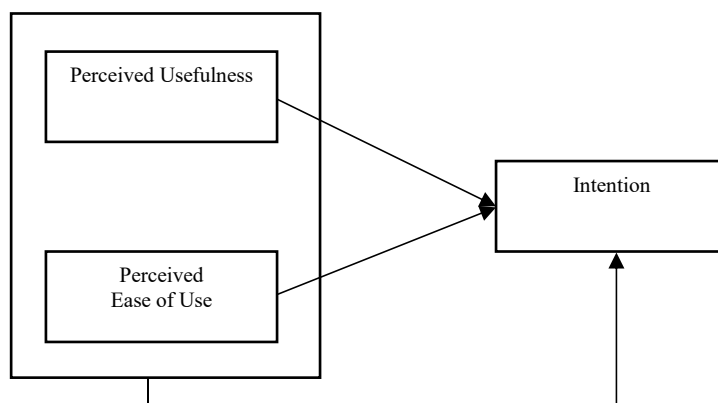
sistem teknologi yang digunakan, MacFalasca & Kros (2016) menjelaskan bahwa terdapat tiga manfaat layanan perawatan Kesehatan dengan menggunakan *Industrial Vending System (IVS)* yaitu manfaat dari segi biaya, bentuk layanan yang akan diberikan, dan dari aspek manfaat *inventory*. Aspek kualitas dari manfaat informasi, sistem dan layanan (tersedianya informasi yang cukup relevan, akurat, terkini, waktu respon dari sistem yang memungkinkan informasi diperoleh pengguna dengan cepat) yang diberikan menjadi kriteria-kriteria yang dapat membentuk intensi penggunaan Mobile JKN (Handayani, Meigasari, Pinem, Hidayanto, & Ayuningtyas, 2018). Kemudahan dapat diartikan sebagai upaya yang tidak memberatkan pengguna dalam menggunakan suatu alat teknologi (Jung & Yim, 2016). Hal ini senada juga seperti yang dijelaskan oleh (Christian, Purwanto, & Wibowo, 2020a) dimana bentuk kesulitan dalam menggunakan suatu adopsi teknologi dapat membentuk *technostress* (Christian, Purwanto, & Wibowo,

2020b). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Handayani, Meigasari, Pinem, Hidayanto, & Ayuningtyas (2018) mengenai faktor sukses implementasi *mobile health* JKN dijelaskan bahwa masih terdapatnya masalah-masalah yang berkaitan dalam penggunaan seperti kegagalan pada fungsi sistem yang ada, tidak mengetahui fungsi dan layanan yang tersedia, ataupun waktu respon dari sistem yang ada, Namun menariknya penelitian yang melibatkan 127 responden ini menjelaskan bahwa Mobile JKN tetap merupakan suatu layanan kesehatan berbasis digital yang memiliki kemudahan dalam akses dan dapat dilakukan dimana saja. Berdasarkan penjelasan-penjelasan yang diberikan, maka hipotesis pada penelitian ini seperti juga ditunjukkan pada gambar 1, dijelaskan sebagai berikut:

**H1:** *Perceived Usefulness* secara parsial berpengaruh terhadap *Intention to use*

**H2:** *Perceived Ease of Use* secara parsial berpengaruh terhadap *Intention to use*

**H3:** *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* secara simultan secara parsial berpengaruh terhadap *Intention to use*



Gambar 1. Model Penelitian

## METODE PENELITIAN

Populasi pada penelitian ini adalah pengguna Halodoc di Jakarta dengan karakter sampel yaitu pengguna Halodoc yang menggunakan Halodoc minimal satu kali dalam 1 tahun ini. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 135 orang yang dilakukan secara random dengan menggunakan kuesioner. Jumlah sampel ini ditentukan dari jumlah indikator (17 indikator) dikali dengan *range* 5 sampai 10 sehingga jumlah sampel masih memenuhi kriteria (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2014). Penelitian menggunakan analisis *multiple regression* dengan perangkat lunak SPSS 25.0. Kuesioner

disusun dengan item pengukuran skala likert 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai dengan 5 (Sangat Setuju). Pengumpulan data lapangan dilakukan pada bulan Juni - Juli 2020.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat 158 orang responden pada penelitian ini (tabel 2) yang terdiri dari 57 orang responden perempuan dan 78 orang responden laki-laki. Dari hasil ini dapat dijelaskan bahwa responden laki-laki merupakan gender responden yang dominan yaitu sebesar 57,8% diikuti dengan responden perempuan sebesar 42,4%.

Tabel 2. Profil Gender Responden

Gender Responden	Frekuensi	%
Perempuan	57	42,2%
Laki-laki	78	57,8%

Sumber: peneliti, 2020; diolah dengan SPSS 25.0

Pada hasil uji asumsi klasik yang dilakukan (tabel 3), dapat dijelaskan uji normalitas dilakukan dengan Kolmogorv-Smirnov, hasil pada Asymp. Sig (2-tailed) yang sebesar 0,200 dimana lebih besar dari 0,05. Dari hasil ini dapat dijelaskan bahwa data berdistribusi normal dan syarat normalitas pada model regresi telah terpenuhi. Selanjutnya berdasarkan uji Heteroskedastisitas ditunjukkan bahwa Sig. *Perceived Usefulness* sebesar 0,130 dan *Ease of Use* sebesar 0,211. Kedua hasil ini menunjukkan angka di atas 0,05 sehingga dapat dijelaskan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi penelitian. Pada uji asumsi klasik berikutnya yaitu Multikolinieritas, angka *Tolerance* pada USEF sebesar 0,635 atau berada di atas 0,10

dan angka pada *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,574 atau berada di bawah 10. Berdasarkan hasil ini dapat dijelaskan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada penelitian ini. Linieritas pada hasil uji dapat menjelaskan hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen. Pada tabel dapat ditunjukkan bahwa angka Sig. sebesar 0,082 atau berada di atas 0,05 dan angka pada F sebesar 1,541 atau lebih dari 3,93. Hal ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention*. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik ini maka dapat dijelaskan bahwa model penelitian ini telah memenuhi ketentuan sehingga dapat dilanjutkan pada proses analisis berikutnya.

**Tabel 3.** Profil *Gender* Responden

Uji	Hasil	Keterangan
Normalitas	<b>Kolmogorov-Smirnov Test</b>	Data berdistribusi normal
	Asymp. Sig (2-tailed) = 0,200* * > 0,05	
Heteroskedastisitas	<b>Glejser</b>	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	Sig. USEF = 0,130* Sig. EASE = 0,211* *Dependent Variable: Abs_RES	
Multikolinieritas	<b>Tolerance; VIF</b>	Tidak terjadi multikolinieritas
	USEF Tolerance = 0,635* VIF = 1,574** EASE Tolerance = 0,635* VIF = 1,574** * > 0,10 ** < 10,00	
Linieritas	<b>Deviation from Linearity</b> Sig. = 0,082* F = 1,541** * > 0,05 ** < 3,93 → df1 = 1; df2=107; prob=0,05	Terdapat hubungan signifikan <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Intention</i>

Sumber: peneliti, 2020; diolah dengan SPSS 25.0

Koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat dari *model summary* (tabel 4). Berdasarkan hasil pada model summary dapat ditunjukkan bahwa koefisien determinasi bernilai 0,467. Hasil ini menjelaskan bahwa

variabel *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel *Intention* sebesar 46,7% atau berada di atas moderat dan mendekati kuat.

**Tabel 4.** *Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,683	0,467	0,457	1,61832

a. Predictors: (Constant), EASETOTAL, USEFTOTAL

Sumber: peneliti, 2020; diolah dengan SPSS 25.0

Hasil Uji hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa *t-statistic* pada *Perceived Usefulness* → *Intention* sebesar 2,418 atau berada di atas t-tabel yaitu 1,658. Kemudian

angka pada Sig. sebesar 0,017 yang berada di atas 0,05. Dari hasil ini dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor Manfaat terhadap Keinginan untuk menggunakan Halodoc. Hasil ini menjelaskan

juga bahwa kriteria yang digunakan pada faktor manfaat atau *perceived usefulness* yaitu efektivitas dalam mencari yang meningkat, tersedianya informasi yang jelas dari produk/layanan yang dicari, tersedianya informasi tambahan sebagai pelengkap, ketersediaan produk/layanan secara lengkap, ketersediaan produk/layanan pelengkap lainnya, mendapatkan produk/layanan dengan lebih cepat, mendapatkan produk/layanan yang diinginkan, dan meminimalisir waktu pencarian mampu memberikan pengaruh terhadap *Intention* penggunaan Halodoc. Tampilan yang informatif layaknya seperti iklan akan menarik perhatian pengguna untuk secara berkelanjutan melakukan penggunaan (Christian, 2017). Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hartono et al., (2019) dan (Budi, Efendi, & Dahesihsari, 2011). Secara tidak langsung, intensi penggunaan dipengaruhi oleh faktor manfaat dan model mental pengguna (Jung & Yim, 2016). Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ismail, 2016) dimana menjelaskan bahwa faktor manfaat tidak memberikan pengaruh terhadap intensi penggunaan.

Pada hipotesis kedua yaitu *Perceived Ease of Use* → *Intention*, hasil uji menunjukkan *t-statistic* sebesar 6,013 atau lebih besar dari *t-tabel* yaitu 1,658. Selanjutnya hasil pada Sig. menunjukkan angka sebesar 0,000 atau lebih

kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil ini maka dapat dijelaskan bahwa Intensi penggunaan Halodoc dipengaruhi oleh faktor Kemudahan Penggunaan. Kriteria-kriteria dalam faktor ini yaitu kemudahan dalam mengakses, kemudahan penggunaan, pengaturan pada tampilan yang mudah dipahami fitur yang mudah dipahami, kemudahan dalam penggunaan yang disertai dengan efisiensi, dan kemudahan dalam menggunakan fasilitas pelanggan mampu membentuk pengaruh terhadap intensi penggunaannya. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ismail (2016). Secara tidak langsung, intensi penggunaan juga dipengaruhi oleh faktor kemudahan penggunaan dan model mental pengguna (Jung & Yim, 2016). Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartono et al., (2019) dan Budi, Efendi, & Dahesihsari (2011) dimana menjelaskan bahwa faktor manfaat tidak memberikan pengaruh terhadap intensi penggunaan.

Selanjutnya pada hipotesis ketiga yaitu *Perceived Usefulness; Perceived Ease of Use* → *Intention* menunjukkan angka pada *F* sebesar 46,887 atau lebih besar dari *F-tabel* yaitu 3,08. Selanjutnya hasil pada Sig. menunjukkan angka sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil ini maka dapat dijelaskan bahwa Faktor Manfaat (*Perceived Usefulness*) dan Faktor Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Intensi penggunaan Halodoc. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ardana., Kertahadi, & Azizah (2014).



**Tabel 5.** Uji Hipotesis Penelitian

Deskripsi	Hasil
<b>Parsial</b>	
H1: <i>Perceived Usefulness</i> → <i>Intention</i> t = 2,418* Sig. = 0,017** *t > 1,658 **Sig. < 0,05	H1 diterima
H2: <i>Perceived Ease of Use</i> → <i>Intention</i> t = 6,013* Sig. = 0,000** *t > 1,658 **Sig. < 0,05	H2 diterima
<b>Simultan</b>	
H3: <i>Perceived Usefulness; Perceived Ease of Use</i> → <i>Intention</i> F = 46,887* Sig. = 0,000** *F > 3,08 **Sig. < 0,05	H3 diterima

Sumber: peneliti, 2020; diolah dengan SPSS 25.0

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka simpulan pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Intensi penggunaan Halodoc dipengaruhi oleh faktor Manfaat dalam penggunaan layanan kesehata berbasis digital tersebut.
2. Berikutnya, intensi penggunaan Halodoc dipengaruhi oleh faktor Kemudahan dalam penggunaan layanan kesehata berbasis digital tersebut.
3. Intensi penggunaan Halodoc dipengaruhi secara simultan oleh faktor Manfaat dan Kemudahan dalam penggunaan layanan kesehata berbasis digital tersebut.

Saran terhadap penelitian berikutnya yaitu dapat menambah faktor-faktor lainnya yang berkaitan dengan intensi penggunaan suatu layanan berbasis digital, seperti kualitas sistem dan kualitas tampilan pada layanan digital tersebut. Hal ini didasarkan pada hasil

koefisien determinasi yang menjelaskan adanya faktor-faktor lain selain dua faktor bebas dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardana., R. A., Kertahadi, K., & Azizah, D. F. (2014). The Influence of Perceived Usefulness, Ease Of Use, Compatibility And Risk On Mobile Banking User Attitude (Study at PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Branch Malang Kawi). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 17(2), 1–7.
- Budi, A. S. L., Efendi, E., & Dahesihsari, R. (2011). Perceived Usefulness as Key Stimulus to the Behavioral Intention to Use 3G Technology. *Asean Marketing Journal*, III(2), 105–114.
- Christian, M. (2017). Pengaruh Unsur-Unsur Iklan Pajak: Hiburan, Informatif Dan Nilai Iklan. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 3(02), 156–164. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v3i02.936>
- Christian, M. (2018). Determinan Niatan

- Beralih Gunakan Antar Transportasi Daring. *Journal of Business & Applied Management*, 11(2). Retrieved from <https://journal.ubm.ac.id/index.php/business-applied-management/article/view/1353/1164>
- Christian, M. (2019). Telaah Keniscayaan Iklan di Kanal Youtube Sebagai Perilaku Khalayak Di Kalangan Milenial (Study The Inevitability of Advertisements on Youtube Channels as Audience Behavior among Millennials). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(2), 141–158.
- Christian, M., Purwanto, E., & Wibowo, S. (2020a). Technostress Creators on Teaching Performance of Private Universities in Jakarta During Covid-19 Pandemic. *Technology Reports of Kansai University*, 62(06).
- DSResearch. (2019). *Penetrasi Gaya Hidup Aktif dan Sehat Kaum Urban: Pemahaman Pasar Wellness di Jakarta*. Retrieved from <https://dailysocial.id/research/pasar-wellness-di-jakarta-2019#>
- Falasca, M., & Kros, J. F. (2016). Success factors and performance outcomes of healthcare industrial vending systems: An empirical analysis. *Technological Forecasting & Social Change*, 1–12.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Essex: Pearson Education Limited.
- Handayani, P. W., Meigasari, D. A., Pinem, A. A., Hidayanto, A. N., & Ayuningtyas, D. (2018). Critical success factors for mobile health implementation in Indonesia. *Heliyon*, 4, 1–26.
- <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2018.e00981>
- Hartono, N., Laurence, & Tedja, T. O. (2019). Development initial model of intention to use Halodoc application using PLS-SEM. *International Conference on Informatics, Technology, and Engineering*, 63–70. Bali: Universitas Surabaya.
- Indriyarti, E. R., & Christian, M. (2020). The Impact Of Internal And External Factors On Taxpayer Compliance. *Journal of Business & Applied Management*, 13(1), 33–48.
- Ismail, H. A. (2016). Intention To Use Smartphone Through Perceived Compatibility, Perceived Usefulness, And Perceived Ease Of Use. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1), 1–10.
- Jung, W., & Yim, H. R. (2016). Effects of Mental Model and Intrinsic Motivation on Behavioral Intention of Smartphone Application Users. *ETRI Journal*, 38(3), 589–598.  
<https://doi.org/10.4218/etrij.16.0115.0447>
- Thinnukool, O., Khuwuthyakorn, P., & Wientong, P. (2017). Non-Prescription Medicine Mobile Healthcare Application: Smartphone- Based Software Design and Development Review. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*, 11(5), 130–146.
- Yang, H. (2013). Bon Appétit for Apps: Young American Consumers' Acceptance of Mobile Applications. *Journal of Computer Information Systems*, 85–93.  
<https://doi.org/10.1080/08874417.2013.11645635>
- Youn, S. (2019). Connecting through Technology: Smartphone Users' Social Cognitive and Emotional Motivations. *Social Science*, 8(236), 1–19.  
<https://doi.org/10.3390/socsci8120326>