

Analisis pengaruh faktor-faktor determinan terhadap User Loyalty Aplikasi Halodoc selama Pandemi COVID-19 = Analysis on the influence of determinant factors towards User Loyalty of Halodoc Application during the COVID-19 Pandemic

Salma Dhiya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20524732&lokasi=lokal>

Abstrak

Penggunaan aplikasi m-health (mobile health) selama pandemi COVID-19 menjadi hal yang umum dilakukan oleh masyarakat, dikarenakan efisiensi dan penggunaan aplikasi m-health yang praktis sehingga masyarakat tidak perlu langsung ke rumah sakit apabila ingin konsultasi masalah kesehatan dan diagnosis awal penyakit. Salah satu aplikasi m-health paling populer di Indonesia adalah Halodoc. Penelitian ini bertujuan untuk membahas faktor-faktor yang mempengaruhi user satisfaction (kepuasan pengguna), routine use intention (niat penggunaan rutin/berkelanjutan), dan user loyalty (loyalitas pengguna) dalam penggunaan aplikasi m-health Halodoc. Penelitian menerapkan elaboration likelihood model yaitu central route yang direpresentasikan oleh variabel m-health argument quality (kualitas argumen) dan peripheral route yang direpresentasikan oleh variabel m-health source credibility (kredibilitas sumber), serta tambahan karakteristik/motivasi individu yang direpresentasikan oleh variabel health consciousness (kesadaran akan kesehatan). Model yang digunakan dalam penelitian adalah Structural Equation Modeling dengan subjek penelitian pengguna aplikasi Halodoc selama pandemic COVID-19 dan terkumpul 270 responden sebagai sampel penelitian. Penelitian menemukan bahwa kualitas argumen yang diberikan oleh Halodoc berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi tersebut karena pengaplikasian saran kesehatan merupakan hal yang sangat penting bagi diri pengguna, sedangkan kredibilitas sumber Halodoc tidak berpengaruh signifikan kepada kepuasan pengguna karena umumnya pengguna aplikasi tersebut tidak terlalu memperdulikan kredibilitas yang tinggi dari para dokter/tenaga kesehatan Halodoc. Sementara itu, peneliti juga menemukan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran pengguna akan kesehatan, semakin rendah kemungkinannya untuk menggunakan aplikasi Halodoc secara rutin. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan pengguna akan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan berkelanjutan, dan niat penggunaan berkelanjutan itu juga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

.....The use of the m-health application (mobile health) during the COVID-19 pandemic has become a common thing to be used by people, because of the efficiency and practical use of the m-health application so that people do not need to go directly to the hospital if they want to consult health problems and early diagnosis of diseases. One of the most popular m-health applications in Indonesia is Halodoc. This study aims to discuss the factors that influence user satisfaction, routine use intentions, and user loyalty in using the Halodoc m-health application. The research applies an elaboration likelihood model, namely the central route represented by the m-health argument quality variable and the peripheral route represented by the m-health source credibility variable, as well as additional individual characteristics/motivations represented by the health consciousness variable. The model used in this study is Structural Equation Modeling, with the research subjects that are active Halodoc users during the COVID-19 pandemic and had collected 270 respondents for this research sample. The study found that the argument quality given by Halodoc has a positive effect on user satisfaction of the application because the application of health advice is very

important for the user, while Halodoc's source credibility has no significant effect on user satisfaction because generally the application users do not really care about the high credibility of Halodoc's doctors/health professionals. Meanwhile, the researcher also found that when a user has a higher health consciousness level, they will be less likely to use the Halodoc application on a regular basis. This finding proves that user satisfaction will have a positive effect on the routine use intention, and the routine use intention will also have a positive effect on user loyalty.