

Analisis Minat Pengguna Layanan Telemedicine Halodoc di Kota Bandung Dengan Menggunakan Model Modifikasi UTAUT2

Tanika Melinda^{✉1}, Cut Irna Setiawati².

^{1,2}Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia

DOI: [ps://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2212](https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2212)

Abstrak

Halodoc merupakan perusahaan kesehatan teknologi, yang bergerak di bidang sosialisasi konsultasi kesehatan *online*. Didirikan oleh Jonathan Sudharta di Jakarta pada tahun 2016 dan merupakan salah satu dari 100 perusahaan kesehatan digital global teratas yang diterbitkan oleh *Medical Technology Report*. Penelitian ini ditunjukkan untuk mengkaji faktor-faktor yang berpengaruh antara perilaku minat konsumen atas pelayanan kesehatan menggunakan aplikasi Halodoc di Kota Bandung dengan menggunakan teori *Modified Technology Acceptance and Use Model 2 (UTAUT 2)*. Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif untuk menjelaskan persepsi konsumen terhadap variabel dan mengkaji hubungan sebab akibat antar variabel berdasarkan hipotesis penelitian. Pemungutan data dilakukan dengan membagikan kuesioner *online* melalui *Google Forms*, mendapatkan 324 orang yang tinggal di Kota Bandung. Metode analisis data menerapkan *Structural Equation Modeling (SEM)* menggunakan *software SmartPLS.3.0*. Hasil kajian mendapatkan hasil bahwa termuat lima faktor yang mempengaruhi *Behavioral Intention* dalam modifikasi model UTAUT 2 yaitu nilai harga, kebiasaan, fasilitas kondisi, ekspektasi kinerja, dan risiko yang dirasakan. Pada saat yang sama, ada tiga efek positif pada perilaku penggunaan, yaitu *Behavior Intention, Habit dan Facilitating Condition*. Dalam penelitian ini, baik faktor *behavioral intent (70,25%)* dan *use behavior (66,78%)* dihitung memiliki daya penjelas yang kuat, dan termasuk dalam kategori "*Large Godness of Fit*".

Kata Kunci : *Telemedicine; Halodoc; Modifikasi UTAUT 2*

Abstract

Halodoc is a health technology company, which is engaged in the socialization of online health consultations. Founded by Jonathan Sudharta in Jakarta in 2016 and is one of the top 100 global digital health companies published by Medical Technology Report. This study aims to analyze the factors that influence the behavior of consumer interest in health services using the Halodoc application in the Bandung using the Modified Technology Acceptance and Use Model 2 (UTAUT 2) theory. This study uses a descriptive approach to explain consumer perceptions of variables and examines causal relationships between variables based on research hypotheses. Data was collected by distributing online questionnaires through Google Forms, for 324 people living in the city of Bandung. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS.3.0 software. The results showed that there were five factors that influenced Behavioral Intention in the modification of the UTAUT 2 model, namely price value, habits, condition facilities, performance expectations, and perceived risk. At the same time, there are three positive effects on usage behavior, namely Behavior Intention, Habit, Facilitating Condition. In this study, both behavioral intent (70.25%) and use behavior (66.78%) were calculated to have strong explanatory power, and were included in the "Large Godness of Fit" category.

Keywords: *Telemedicine; Halodoc; Modification of UTAUT 2*

Copyright (c) 2022 Tanika Melinda

✉ Corresponding author :

Email Address : tanikamelinda99@gmail.com

PENDAHULUAN

Sejak Revolusi Industri 1.0, 2.0, 3.0 sampai saat ini, revolusi industri 4.0 menggambarkan industri yang berhubungan langsung dengan digital dan ruang lingkupnya berasal dari berbagai teknologi, Dalam hal ini menandakan bahwa, perkembangan revolusi industri, telah mendorong banyak terobosan teknologi. Serta membawa peluang tersendiri untuk para pebisnis dalam menciptakan hal baru, terutama dalam dunia kesehatan. Hal ini sejalan dengan data riset We Are Social Hootsuite, yang dikutip dari laman datareportal.com, menjelaskan bahwa, di tahun 2021 sudah sekitar 202.6 juta masyarakat Indonesia mengakses Internet, sedangkan jumlah penduduk Indonesia adalah sekitar 274.9 juta, Jumlah ini meningkat dibanding sebelumnya. Di tahun 2019 pemakai internet hanya mencapai 175.4 juta, hal ini menandakan bahwa, adanya kenaikan sebesar dua kali lipat dari tahun sebelumnya (Kemp, 2021) Serta, sekitar 83% penetrasi Internet di Indonesia akan terus meningkat hingga tahun 2026 (Statista, 2019). Artinya, hampir seluruh aktivitas masyarakat selalu menggunakan internet, hal ini terlihat jelas bahwa sebagian masyarakat aktif menggunakan internet, dengan rata-rata waktu hampir 8 jam per hari (Moore M, 2020).

Hadir nya wabah pandemi COVID-19 pada awal tahun 2020, yang diraskan berbagai negara di dunia khususnya Indonesia, membawa dampak negatif dan positif yang begitu besar dan sangat mempengaruhi hampir setiap aspek kehidupan dan aktivitas masyarakat. Terhitung hingga per tanggal 1 Januari 2022 penyebaran COVID-19, terdapat jumlah total kurang lebih sebanyak 4.262.720 terkonfirmasi kasus Penularan COVID-19, dan sebanyak 144.094 kasus meninggal (Covid19.go.id, 2021). Hal ini, ditularkan melalui droplet dari orang ke orang yang berdampak pada individu. Oleh karena itu, pemerintah menerbitkan kebijakan yang mengharuskan masyarakat untuk memberlakukan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Dengan tujuan untuk mengimpitkan penularan COVID-19, serta mengontrol daya tampung rumah sakit yang mengatasi pasien COVID-19 agar tidak padat (Menko Perekonomian, 2021). Hal ini, telah mengubah perilaku masyarakat dalam mendapatkan pelayanan medis di tengah pandemi, dikarenakan kekhawatiran akan tertular dari wabah virus tersebut.

Hal ini menjadi sebuah peluang bagi pebisnis di dunia kesehatan, untuk memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menciptakan sebuah inovasi yang juga bertujuan sebagai solusi untuk mengurangi laju COVID-19, salah satu inovasi yang dihasilkan dari perkembangan teknologi adalah *telemedicine*. Kata *telemedicine* juga terkait dengan kata *telehealth*. Istilah *telemedicine* umumnya merupakan aplikasi yang menggapai pasien atau *klien*, dan beragam kegiatan yang dapat membantu layanan medis dalam bentuk konferensi video, pengiriman gambar, dan data informasi pasien, Pantau orang sakit dari jarak jauh. (Puskin et al., 2006). Pasien dapat menceritakan gejala yang mereka alami dan menerima saran dan bimbingan dari dokter terkait penyakit yang para pengguna alami. *Telemedicine* mencakup berbagai bentuk, yaitu konsultasi *online*, *Telemonitoring/screening*, dan *chatbot* (Vidal-Alaball et al., 2020). Dikutip dari laman kominfo.go.id, pemerintahan pun, memanfaatkan perkembangan teknologi dengan mengembangkan *telemedicine* dan bekerja sama dengan para startup *tech-health* untuk meningkatkan akses layanan kesehatan di tengah pandemi, juga

sebagai usaha mengatasi pengawasan dan penanganan COVID-19. Startup kesehatan yang mengikuti kerja sama dalam pengembangan teknologi kesehatan Indonesia ialah startup *tech-health* Halodoc.

Halodoc merupakan *tech-health company* yakni, perusahaan teknologi Indonesia yang bergerak di bidang komunikasi konsultasi kesehatan berbasis *mobile*. Dengan mengasosiasikan pemakai ke jaringan 19.000 dokter berlisensi, 1.000 apotek yang bersertifikat melalui layanan pengiriman medis, dan layanan laboratorium medis berlisensi (Crunchbase, 2020). Halodoc memudahkan para pengguna yang akan mendapatkan layanan kesehatan menjadi lebih mudah, saat pertama kali diluncurkan *mobile apps* Halodoc pada 21 April 2016, terdapat 16.000 dokter yang tergabung dalam *database* Halodoc. Tidak kurang dari 600 dokter telah mendaftar dan aktif secara *online*, Halodoc juga dapat diakses melalui *website* untuk mendapatkan layanan kesehatan, baik pembelian obat, konsultasi maupun jasa pengecekan laboratorium. Membawa Halodoc tumbuh dan dapat mengalahkan para pesaingnya, bahwa di akhir tahun 2019, Halodoc berhasil mengungguli para kompetitornya dan menjadi pasar yang paling banyak digunakan.

Dalam laporannya, Halodoc menjadi aplikasi terpopuler, digunakan oleh setidaknya 45,3% dari 600 responden yang mengikuti survei tersebut yang disebar di berbagai lingkungan di Jakarta dan mewakili masyarakat perkotaan (Pusparisa & Fitra, 2019). Begitu pula di wilayah penyebaran aplikasi Halodoc lainnya seperti, Bandung yang menyatakan bahwa Halodoc mengalami peningkatan sebesar 250% pada akhir Desember 2020 (Jamil, 2021), hal ini disebabkan karena tingginya animo masyarakat Bandung untuk membuat janji melalui Halodoc untuk melakukan tes COVID-19 secara *drive thru*. Untuk tetap mempertahankan di industri ini dari para kompetitornya, Halodoc mengandalkan strategi berkolaborasi dengan berbagai pihak. Melalui kemitraan, Halodoc mampu menciptakan *platform* yang komprehensif untuk memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat.

Namun, terdapat kesenjangan antara minat *telehealth* sebesar 76% dengan penggunaan sebenarnya sebesar 46% pada data yang sebelumnya telah dijelaskan. Hal ini dikarenakan masih adanya keraguan tidak hanya terkait dengan keamanan data tetapi juga, efisiensi dibandingkan dengan pertemuan tatap muka. Pada survei tersebut mengidentifikasi bahwa ada tiga faktor yang berkontribusi pada kesenjangan antara minat dalam adopsi teknologi medis dan kesehatan jarak jauh. Pertama, kesadaran akan layanan *telehealth*. Kedua, pengetahuan tentang layanan medis yang tepat melalui *virtual/telemetry*, dan ketiga, pengetahuan tentang pembayaran dan cakupan layanan *telehealth*. Didukung dengan perbandingan jumlah pengguna layanan bulanan di tahun 2021 dengan beberapa kompetitor layanan *telemedicine* di Indonesia, bahwa layanan Halodoc sudah termasuk kategori *telemedicine* yang memiliki pengguna terbanyak dibandingkan dengan Klikdokter, Hellosehat, dan SehatQ.

Namun, Halodoc masih tetap kalah saing dengan Alodokter yang memiliki lebih dari 30 juta jumlah pengguna layanan, hal ini lebih tinggi dibandingkan Halodoc yang hanya memiliki 28 juta pengguna layanan (Similarweb.com, 2021). Serta terdapat kendala terkait dengan adopsi aplikasi dan pengguna konsumen salah satunya dilihat pada platform Google Play Store. Yang diolah melalui proses *scraping* menggunakan "*Google Play Scraper*" dengan bantuan alat yakni, *google collaboratory* bahwa 20.000 dari 370.000 ulasan yang tersedia, memperlihatkan bahwa sebesar 11% sebagian pengguna merasakan ketidaknyamanan yang disebabkan oleh layanan fitur yang dianggap tidak lengkap serta, lambatnya pengembalian dana yang diberikan Halodoc kepada pengguna. Melihat beberapa ulasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa komentar negatif yang disampaikan oleh pengguna layanan kesehatan Halodoc pada platformnya, selalu mengalami masalah dengan para pengguna. Terutama

pada faktor penting seperti *Effort expectancy*, *Price value*, *Performance Expectancy*, *Facilitating Conditions*. Hal tersebut, dapat mempengaruhi niat pengguna lain dalam menggunakan layanan kesehatan Halodoc berkurang, akibat faktor *social influence* yang ditimbulkan dari ulasan negatif yang diberikan, seperti yang dikatakan (Venkatesh et al., 2003), dimana perilaku pengguna teknologi dibentuk oleh sikap dan persepsi terhadap sistem informasi.

Oleh sebab itu, penting dilakukan penilaian peningkatan teknologi aplikasi dengan melihat faktor-faktor yang menjadi pengaruh konsumen dalam menerima dan mengonsumsi teknologi tersebut. Bagaimana mengukur tingkat perilaku saat menggunakan teknologi. Dengan menerapkan model penerimaan teknologi yakni UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2012) dengan menambah tiga konstruksi baru yang ditambahkan ke UTAUT lama (Venkatesh et al., 2003). Model ini sangat cocok digunakan karena, merupakan teori penerimaan dan penggunaan terbaru yang dapat menjelaskan hasilnya untuk mengukur tingkat perilaku penggunaan teknologi *telemedicine* Halodoc.

Penelitian mengenai penerimaan teknologi informasi pada dunia aplikasi kesehatan *telemedicine* dengan menggunakan model UTAUT2 sebelumnya telah dilakukan di Prancis dan Indonesia, oleh (Baudier Et Al., 2021; Suroso & Sukmoro, 2021). Yang juga menggunakan UTAUT2 sebagai model pengukuran penerimaan aplikasi kesehatan. Namun, pada kedua penelitiannya variabel *Hedonic Motivation* dan *Price value* dikeluarkan. Khususnya penelitian yang dilakukan di Indonesia. Pada penelitiannya, yang berjudul "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan Teknologi Aplikasi Mobile Healthcare Di Masyarakat Indonesia*" oleh (Suroso & Sukmoro, 2021). Pada hasil pengujiannya memperlihatkan bahwa *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, dan *Habit* mendapat efek positif pada niat perilaku. Demikian juga, niat perilaku mendapatkan efek positif pada perilaku penggunaan. Oleh karena itu, pada penelitian selanjutnya penulis akan memasukan kembali variabel *Hedonic Motivation* dan *Price Value*. Serta menambah variabel baru yakni *Perceived Risk*, sebagai pembaruan penelitian yang akan diteliti.

Pada penelitian sebelumnya variabel *Price Value* memiliki pengaruh yang baik dalam penerimaan teknologi yang dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Byun & Park, 2021) dalam penelitian yang berjudul "*Studi tentang Niat Menggunakan Layanan Telemedicine Korea: Berfokus pada Model UTAUT2*" yang melakukan penelitian pada layanan *telemedicine* Korea. Menjelaskan bahwa, *Price Value* dan *Social Influence*, sangat mempengaruhi niat untuk menggunakan layanan *telemedicine* Korea. Hal ini berbeda dengan temuan (Martins et al., 2020), yang menunjukkan bahwa nilai harga berpengaruh buruk kepada penerimaan *mHealth*. Variabel "*Perceived Risk*" pada penelitian sebelumnya yg telah dilakukan oleh (Byun & Park, 2021; Gupta et al., 2018; Hidayat, 2019; Indrawati, 2017) juga berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*.

METODOLOGI

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif untuk menilai tingkat penerimaan pengguna *telemedicine* Halodoc dengan model UTAUT 2 yang telah dimodifikasi, Populasi dalam kajian ini ialah pengguna *telemedicine* Halodoc di wilayah Kota Bandung. Dengan teknik sampling yang digunakan ialah *purposive sampling* sebagai pengambilan sampel. Pemungutan sampel dilakukan secara *online* melalui jejaring sosial seperti *instagram*, *whatsapp*, *twitter* dan *google form* untuk mengisi kuesioner. Kuesioner dibagikan mulai tanggal 7 Juni 2022 hingga 21 Juni 2022. Skala pengukuran yang diterapkan pada penelitian ini ialah skala Likert empat poin, Menurut (Hadi, 1991:19) dalam (Hertanto, 2017) skala likert empat poin

dapat mengumpulkan data yang lebih akurat, hal ini dikarenakan kategori yang memiliki arti ganda (Netral) dihilangkan, Tanggapan meliputi pilihan, yaitu: Sangat tidak setuju dengan Skor 1, Tidak setuju dengan Skor 2, Setuju dengan Skor 3, Sangat setuju dengan Skor 4. Dari kuesioner yang disebarakan terdapat 324 data valid yang telah terkumpul. Kemudian data yang dikumpulkan, di analisis menggunakan bantuan *software* SmartPls versi.3.0 untuk analisis statistik dengan PLS-SEM. dan perangkat lunak *Microsoft Word* 2016 yang digunakan untuk menulis laporan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Deskriptif

Tabel 1 Hasil Analisis Deskriptif

No	Variabel	Total Skor	Skor maksimal	Persentase	Kategori
1	(PE) Performance Expectancy	4435	1296	85.60%	Sangat Baik
2	(EE) Effort Expectancy	4332	1296	83.56%	Sangat Baik
3	(SI) Social Influence	3070	1296	79.00%	Baik
4	(PR) Perceived Risk	3002	1296	77.21%	Baik
5	(FC) Facilitating Condition	5167	1296	79.74%	Baik
6	(HM) Hedonic Motivation	2088	1296	80.56%	Baik
7	(PV) Price Value	2901	1296	74.60%	Baik
8	(Hb) Habit	3212	1296	61.96%	Tidak Baik
9	(BI) Behavioral Intention	3931	1296	75.83%	Baik
10	(UB) Use Behavior	2661	1296	68.44%	Baik

Sumber 1 Hasil Olah Data Peneliti, (2022)

Berdasarkan pada tabel 1 dapat terlihat bahwa hasil skor tertinggi dari analisis deskriptif berada pada variabel *Performance Expectancy* yakni sebesar 85.6%, dan skor tertinggi kedua berada pada variabel *Effort Expectancy* yakni sebesar 83.56% yang artinya kedua variabel ini berada pada kategori sangat baik. Sebaliknya skor terendah dari analisis deskriptif berada pada variabel *Habit* yakni sebesar 61.96% atau berada pada kategori tidak baik. Pada penelitian ini data kuesioner yang terkumpul ialah sebanyak 324 responden yang menjawab. Dari hasil analisis deskriptif menghasilkan hasil yang beragam. Presentasi hasil yang didapat dimana, *Performance Expectancy* sebesar 85.6%, *Effort Expectancy* sebesar 83.56%, *Social Influence* sebesar 79%, *Perceived Risk* sebesar 77.21%, *Facilitating Condition* sebesar 79.74%, *Hedonic Motivation* sebesar 80.56%, *Price Value* sebesar 74.6%, *Habit* sebesar 61.96%, *Behavioral Intention* sebesar 75.83%, sedangkan *Use Behavior* 68.44%. Dimana skor tertinggi berada pada variabel *Performance Expectancy* yakni sebesar 85.6%. Dapat disimpulkan bahwa sebagian responden yang menjawab telah percaya bahwa aplikasi *telemedicine* Halodoc telah membantunya dalam mendapatkan pelayanan kesehatan lebih cepat dan mudah. Kemudian skor terendah berada pada variabel *Habit* yaitu sebesar 61.96% dimana hal tersebut sebagian responden menggunakan aplikasi *telemedicine* Halodoc belum menjadi kebiasaan dalam kesehariannya.

4.2 Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. Uji Validitas Konvergen

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Kode Item	Outer Loading	AVE	Keterangan
Performance Expectancy	PE1	0.726	0.629	Valid
	PE2	0.721		Valid

	PE3	0.862		Valid
	PE4	0.851		Valid
	EE1	0.773		Valid
	EE2	0.846	0.724	Valid
	EE3	0.901		Valid
	EE4	0.878		Valid
Social Influence	SI1	0.868		Valid
	SI2	0.902	0.781	Valid
	SI3	0.880		Valid
Perceived Risk	PR1	0.873		Valid
	PR2	0.785	0.716	Valid
	PR3	0.877		Valid
Facilitating Condition	FC1	0.813		Valid
	FC2	0.864		Valid
	FC3	0.877	0.750	Valid
	FC4	0.889		Valid
	FC5	0.886		Valid
Hedonic Motivation	HM1	0.945		Valid
	HM2	0.943	0.892	Valid
Price Value	PV1	0.931		Valid
	PV2	0.948	0.876	Valid
	PV3	0.928		Valid
Habit	Hb1	0.939		Valid
	Hb2	0.934		Valid
	Hb3	0.946	0.890	Valid
	Hb4	0.955		Valid
Behavior Intention	BI1	0.926		Valid
	BI2	0.941		Valid
	BI3	0.925	0.870	Valid
	BI4	0.938		Valid
Use Behavior	UB1	0.959		Valid
	UB2	0.963	0.923	Valid
	UB3	0.961		Valid

Sumber 2 Hasil Olah Data Peneliti, (2022)

Berdasarkan tabel 2 dapat terlihat bahwa semua item indikator yang digunakan pada penelitian ini bersifat valid karena, sudah memenuhi kriteria validitas konvergen yakni, nilai data *loading factor* yang dihasilkan sudah berada lebih besar dari nilai 0.7 serta, nilai skor AVE (*Average Variance Extracted*) yang dihasilkan sudah lebih besar dari nilai 0.5. Maka seluruh item dapat digunakan.

b. Uji Reliability

Tabel 3 Hasil Reliability

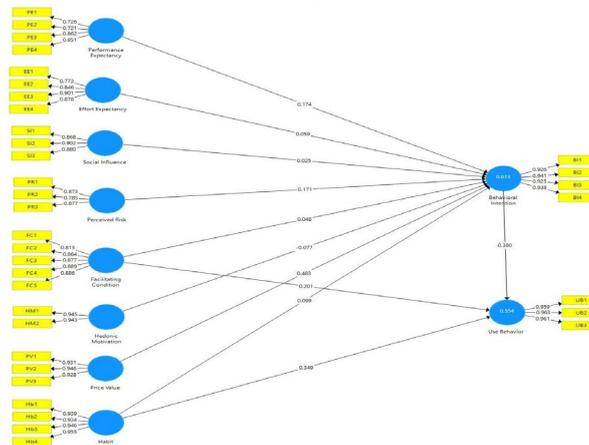
No	Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
1	(PE) Performance Expectancy	0.802	0.871	Reliabel

2	(EE) Effort Expectancy	0.872	0.913	Reliabel
3	(SI) Social Influence	0.860	0.914	Reliabel
4	(PR) Perceived Risk	0.801	0.883	Reliabel
5	(FC) Facilitating Conditions	0.917	0.938	Reliabel
6	(HM) Hedonic Motivation	0.879	0.943	Reliabel
7	(PV) Price Value	0.929	0.955	Reliabel
8	(PV) Habit	0.959	0.970	Reliabel
9	(BI) Behavioral Intention	0.950	0.964	Reliabel
10	(UB) Use Behavior	0.958	0.973	Reliabel

Sumber 3 Hasil Olah Data Peneliti, (2022)

Bersumber pada tabel 3 berhasil disimpulkan maka semua item indikator dari setiap variabel yang diterapkan sudah dinyatakan reliabel karena telah memenuhi kriteria dari uji reliabilitas yang digunakan yakni *cronbach's alpha* dan *composite reliability* lebih besar dari 0.7.

Pada perolehan pengujian *outer model* yang dihasilkan sebelum *bootstrapping* terhadap aplikasi *telemedicine* Halodoc dengan menggunakan modifikasi UTAUT 2. Kemudian didapatkan hasil akhir dari *outer model*, sebagai berikut:

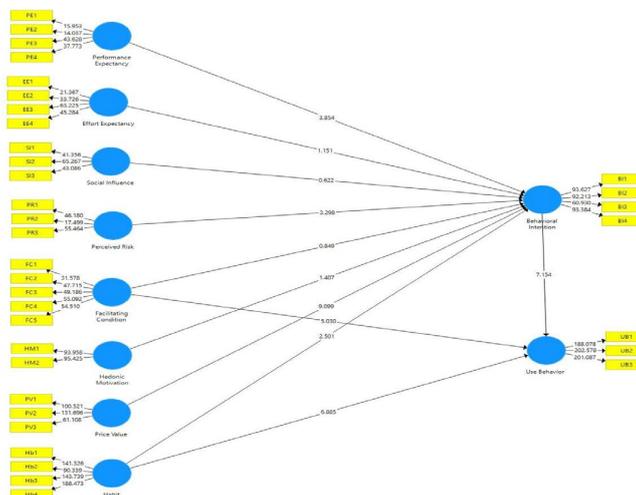


Gambar 1 Outer Model

Sumber 4 Hasil Olah Data Peneliti, (2022)

4.3 Pengujian Model Struktural (Inner Model Test)

Diagram jalur *inner model* pada kajian ini ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 2 Inner Model
Sumber 5 Hasil Olah Data, (2022)

a. Uji Hipotesis Path Coefficient dan t-Value

Tabel 4 Hasil Path Coefficient

No	Path Diagram	Path Coefficient Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Kesimpulan
1	PE -> BI	0.174	3.854	0.000	H1 DITERIMA
2	EE -> BI	0.059	1.151	0.125	H1 DITOLAK
3	SI -> BI	0.025	0.622	0.267	H1 DITOLAK
4	PR -> BI	0.171	3.298	0.001	H1 DITERIMA
5	FC -> BI	0.048	0.849	0.198	H1 DITOLAK
6	FC -> UB	0.201	5.030	0.000	H1 DITERIMA
7	HM -> BI	-0.077	1.407	0.080	H1 DITOLAK
8	PV -> BI	0.483	9.099	0.000	H1 DITERIMA
9	Hb -> BI	0.099	2.501	0.006	H1 DITERIMA
10	Hb -> UB	0.349	6.885	0.000	H1 DITERIMA
11	BI -> UB	0.380	7.154	0.000	H1 DITERIMA

Sumber 6 Hasil Olah Data Peneliti, (2022)

Bersumber pada tabel 4 hasil diperoleh melalui standar tingkat signifikansi *One Tailed* yakni dengan signifikansi 5%. Kriteria yang digunakan pada *One Tailed* yakni nilai *t-value* harus lebih besar dari 1.65. Lalu jika nilai *p-value* lebih kecil dari 0.05 maka dapat dinyatakan Hipotesis pada H1 diterima. Serta apabila nilai *t-value* dan *p-value* telah memenuhi kriteria namun pada nilai *path coefficient* masih terdapat nilai minus maka nilai tersebut tetap tidak didukung. Oleh sebab itu, berhasil disimpulkan bahwa ditemukan empat jalur berpengaruh terhadap *Behavior Intention* dan menyatakan hipotesis diterima karena sudah memenuhi kriteria *one tailed*. Yakni, PE->BI, PR->BI, PV->BI, Hb->BI. Begitu pun dengan jalur terhadap *Use Behavior* yang dipengaruhi tiga variabel yakni, FC, Hb dan BI. Dan terdapat empat jalur yang dinyatakan hipotesis tidak diterima. Yakni, EE ->BI disebabkan nilai t-statistik yang dihasilkan lebih kecil dari 1.65 yakni (1.151) < t-tabel (1.65) dan p-value yang dihasilkan lebih besar dari 0.05 yakni, (0.125) > (0.05). Berhasil disimpulkan bahwa responden merasa menggunakan aplikasi *telemedicine* karena benefit yang ditawarkan oleh Halodoc. Terlebih dimasa pandemi saat ini dimana pemerintah pun melakukan himbuan kepada masyarakat untuk berobat secara *online*. Terutama bagi masyarakat yang sedang melakukan isolasi mandiri, mengharuskan masyarakat dengan terpaksa untuk menggunakannya sebagai konsultasi awal jarak jauh untuk mengetahui gejala COVID-19 dan memperoleh obat dengan lebih mudah tanpa harus keluar rumah. SI ->BI Karena nilai t-statistik (0.622) < t-tabel (1.65)

dan p-value yang dihasilkan (0.267) > (0.05) lebih besar dari 0.05. Dari kriteria responden yang diperoleh dapat terlihat bahwa 38% responden mendominasi sosial media sebagai sumber ia mengetahui aplikasi *telemedicine* Halodoc. Berhasil disimpulkan bahwa pengguna merasa *Social Influence* bukanlah menjadi faktor dalam niat menggunakan aplikasi Halodoc. Hasil penelitian ini pun sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nanda, 2019; Andrianto, 2020; Imelda, 2021, Nabil, 2021) yang juga menemukan bahwa *Social Influence* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. FC->BI karena nilai t-statistik (5.030) > t-tabel (1.65) dan p-value yang dihasilkan lebih kecil dari 0.05 yakni, (0.000) < (0.05). Dapat diartikan bahwa jika responden merasakan memiliki fasilitas sumber daya maupun perangkat yang diperlukan dalam menggunakan aplikasi *telemedicine* Halodoc maka akan membuat para pengguna dapat meningkatkan intensitas dalam menggunakannya. HM->BI hal ini disebabkan nilai t-statistik sebesar 1.407 dengan hasil *path coefficient* yang negatif, hal tersebut tidak termasuk dalam sebuah kriteria *one tailed*, walaupun t-statistik yang didapat memiliki nilai di atas t-tabel (1.65) dan p-value lebih kecil dari 0.05 tetap tidak bisa dinyatakan hipotesis dapat diterima. Seperti yang dituliskan (Safitri Alviana, 2019) bahwa Orang dengan motif hedonis cenderung melakukan pembelian tanpa perencanaan sebelumnya. Sedangkan pada aplikasi Halodoc mereka merasa melakukan pembelian hanya untuk keperluan yang benar dibutuhkan saja pada saat mereka sakit. Karena pada dasarnya aplikasi Halodoc bukanlah sebagai konsumerise *shopping* melainkan hanya sebagai pemenuhan kebutuhan di bidang kesehatan. Hasil perolehan ini juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang juga menemukan bahwa *Hedonic Motivation* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention* seperti yang dilakukan oleh (Gupta et al., 2018; Murhum et al., 2022; Venkatesh et al., 2012).

b. Uji R-Square

Tabel 5 Hasil Uji R-Square

Variabel	R Square	Kesimpulan
(BI) Behavioral Intention	0.613	Moderate
(UB) Use Behavior	0.554	Moderate

Sumber 7 Hasil Olah Data Peneliti, (2022)

Bersumber pada hasil tabel 5 dapat terlihat bahwa variabel *Behavioral Intention* memiliki *R-Square* sebesar 0.613, dan berhasil dijelaskan oleh variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Perceived Risk*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value* serta *Habit* sebesar 61.3% dimana nilai *R-Square* variabel dependen tersebut berada pada kategori moderat. Sedangkan variabel lainnya seperti *Facilitating Condition*, *Habit* dan *Behavioral Intention* kepada variabel *Use Behavior* mempunyai pengaruh dengan nilai *R-Square* sebesar 0.554. Dapat disimpulkan pula bahwa variabel *Facilitating Condition*, *Habit* dan *Behavioral Intention* menyumbangkan pengaruhnya sebesar 55.4% kepada *Use Behavior* dan berada pada kategori moderat. Sedangkan sisa nilai lainnya dapat mempengaruhi oleh faktor lain yang tidak diketahui dalam penelitian ini.

c. Uji Q-Square

Tabel 6 Hasil Uji Q-Square

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Behavioral Intention	1296.000	618.562	0.523
Use Behavior	972.000	479.511	0.507

Sumber 8 Hasil Olah Data Peneliti, (2022)

Bersumber pada tabel 6 dapat terlihat bahwa, Q² pada nilai variabel *Behavioral Intention* mempunyai skor sebesar 0.523 hal ini bisa dikatakan bahwa variabel tersebut nilai *predictive relevance* yang kuat. Sama halnya dengan variabel *Use Behavior* yang juga memiliki nilai *predictive relevance* yang kuat dengan skor 0.507.

d. Goodness of Fit Test (Uji Kecocokan Model)

$$GoF = \sqrt{\underline{x}AVE * \underline{x}R^2} \quad (1)$$

Dimana:

AVE = rata-rata indeks komunitas

R^2 = model R^2

Nilai GOF ini terletak antara 0 -1 dengan interpretasi nilai ini 0,02 (GOF lemah), 0,15 (GoF moderat) dan 0,35 (GOF kuat). Berikut Hasil GoF dalam penelitian ini dengan melihat dua variabel dependen yakni *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*:

1. GoF *Behavioral Intention*

$$\begin{aligned} \text{GoF} &= \sqrt{\underline{x}AVE * \underline{x}R^2} \\ \text{GoF} &= \sqrt{0.8051 * 0.613} \\ \text{GoF} &= 0.7025 \end{aligned}$$

2. GoF *Use Behavior*

$$\begin{aligned} \text{GoF} &= \sqrt{\underline{x}AVE * \underline{x}R^2} \\ \text{GoF} &= \sqrt{0.8051 * 0.554} \\ \text{GoF} &= 0.6678 \end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut berhasil diperoleh indeks pada variabel *Behavioral Intention* sebesar 0.7025 dan variabel *Use Behavior* sebesar 0.6678 keduanya berada pada indeks kategori 'GoF Kuat' dan terbukti secara keseluruhan dinyatakan valid.

SIMPULAN

Berdasarkan penilaian responden atas variabel-variabel yang diterapkan dalam penelitian ini berada pada level kategori 'Baik' karena seluruh variabel yang digunakan memiliki nilai diatas 75%. Menurut hasil pengolahan data yang dilakukan atas penelitian ini, dapat disimpulkan maka Variabel *Behavioral Intent* (BI) Layanan Aplikasi *Telemedicine* Halodoc berada pada kategori "baik" yaitu setara dengan 75,8%. Peminat pengguna Kota Bandung sudah tinggi untuk selalu menggunakan aplikasi *telemedicine* Halodoc. Faktor yang sangat mempengaruhi variabel *Behavior Intention* ialah *Price Value* (9.099), *Habit* (6.885), *Facilitating Condition* (5.030), *Performance Expectancy* (3.854), *Perceived Risk* (3.298). Berdasarkan t-statistik nilai tertinggi ke terendah. Dan untuk melihat besarnya intensitas, atau satu serta variabel yang memiliki efek langsung pada variabel lain, ialah *Price Value* (0.483), *Habit* (0.349), *Facilitating Condition* (0.201), *Performance Expectancy* (0.174), *Perceived Risk* (0.171). Faktor yang berpengaruh kekuatan (*use behavior*) dari layanan aplikasi *telemedicine* Halodoc ialah *Behavior Intention* memiliki nilai t-statistik sebesar (7.154) dengan koefisien jalur sebesar (0.380), *Habit* memiliki nilai t-statistik sebesar (6.885) dengan koefisien jalur sebesar (0.349) dan *Facilitating Condition* mempunyai nilai t-statistik sebesar (5.030) dengan koefisien jalur sebesar (0.201). Berdasarkan dari t-statistik dan koefisien jalur tinggi ke rendah.

Referensi :

- Baudier, P., Kondrateva, G., Ammi, C., Chang, V., & Schiavone, F. (2021). Patients' perceptions of teleconsultation during COVID-19: A cross-national study. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120510. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120510>
- Byun, H., & Park, J. (2021). A Study on the Intention to Use Korean Telemedicine Services: Focusing on the UTAUT2 Model. *Studies in Computational Intelligence*, 929, 1-12. https://doi.org/10.1007/978-3-030-64769-8_1
- Covid19.go.id. (2021). *Peta Sebaran*. <https://Covid19.Go.Id/Peta-Sebaran>. <https://covid19.go.id/peta-sebaran>

- Gupta, A., Dogra, N., & George, B. (2018). What determines tourist adoption of smartphone apps?: An analysis based on the UTAUT-2 framework. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(1), 48–62. <https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2017-0013>
- Halodoc - Profil Perusahaan & Pendanaan Crunchbase. (n.d.). Retrieved January 3, 2022, from <https://www.crunchbase.com/organization/halodoc>
- Hertanto, E. (2017). *Perbedaan Skala Likert Lima Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. Metodologi Penelitian*. <https://www.academia.edu>
- Hidayat, M. T. (2019). Pengukuran Penerimaan Pengguna Dompot Elektronik Berbasis Server Di Tangerang Selatan Menggunakan Utaut 2 (Studi Kasus: Go-Pay, Ovo, Linkaja Dan Dana) [UIN Syarif Hidayatullah Institutional]. In *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah* (Vol. 2). <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/47791>
- Indrawati. (2017). *Perilaku Konsumen Individu (Dalam Mengadapsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi & Komunikasi)* (Nurul Falah Atif (Ed.); 1.Maret 20). PT Refika Aditama.
- Jamil, E. R. N. (2021). *Halodoc Buka Drive Thru Tes Covid-19 di Bandung - Ayo Bandung*. <https://www.ayobandung.com/komunitas>. <https://www.ayobandung.com/komunitas/pr-79710707/halodoc-buka-drive-thru-tes-covid-19-di-bandung-nbsp>
- Kemp, S. (2021). *Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021 – DataReportal – Global Digital Insights*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Martins, N. L. M., Duarte, P., & Pinho, J. C. M. R. (2020). Análise Dos Fatores Que Condicionam a Adoção De Mobile Health (Mhealth). *Revista de Administração de Empresas*, 61(4). <https://doi.org/10.1590/s0034-759020210403>
- Menko Perekonomian. (2021). *SIARAN PERS HM.4.6/187/SET.M.EKON.3/07/2021 Penerapan PPKM untuk Mengendalikan Laju Covid-19 dan Menjaga Kehidupan Masyarakat*. www.ekon.go.id. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3159/penerapan-ppkm-untuk-mengendalikan-laju-covid-19-dan-menjaga-kehidupan-masyarakat>
- Moore M. (2020). • APAC: daily time spent using the internet by country or region 2020 | Statista. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1115663/apac-daily-time-spent-using-internet-by-country-or-region/>
- Murhum, N. N., Durachman, Y., & Fetrina, E. (2022). PENGUKURAN PENERIMAAN PENGGUNA PADA APLIKASI KESEHATAN HALODOC MENGGUNAKAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2. *Jurnal SNATI, Volume 1., 24–31*.

<https://journal.uii.ac.id/journalsnati/article/view/21420/pdf>

Puskin, D., Johnston, B., & Speedie, S. (2006). Telemedicine, Telehealth and Health Information Technology: An ATA Issue Paper. *Https://Www.Who.Int/Goe/, May*, 1–13.

https://www.who.int/goe/policies/countries/usa_support_tele.pdf

Pusparisa, & Fitra. (2019). *Ini Aplikasi Kesehatan Andalan Kaum Urban*. Databoks.Katadata.Co.Id.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/10/ini-aplikasi-kesehatan-andalan-kaum-urban>

Similarweb.com. (2021). *Website Performance*. Research: Booking.Com Website Performance and Website Audience Statistics.

https://pro.similarweb.com/#/website/worldwide-overview/booking.com/*/999/3m?webSource=Total

Statista. (2019). *Indonesia: internet penetration rate 2026*. Statista.

<https://www.statista.com/statistics/254460/internet-penetration-rate-in-indonesia/>

SUROSO, J. S., & SUKMORO, T. C. (2021). Factors affecting behavior of the use of healthcare mobile application technology in Indonesian society. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 99(15), 3923–3934.

<https://pesquisa.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/resource/pt/covidwho-1366138>

Tasya Puspita Alviana Safitri. (2019). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DAERAH (SIMDA) DENGAN MENGGUNAKAN MODEL UTAUT 2 (Studi Empiris pada Pengguna Sistem Informasi Manajemen Daerah (SIMDA) di Kota Salatiga) | Setyorini | Diponegoro*. [Http://Lib.Unnes.Ac.Id/](http://lib.unnes.ac.id/).

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/30182/25086>

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178.

<https://doi.org/10.2307/41410412>