

**Pengaruh Komunikasi Efektif Dokter-Pasien dan Kualitas Layanan pada Proses
Konsultasi *Online* di Aplikasi Halodoc terhadap Kepuasan Pengguna dengan
Memperhatikan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi
(Analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling*)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh

SIFA SAHDANI WIJAYA

20321223

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA
2024**

**Pengaruh Komunikasi Efektif Dokter-Pasien dan Kualitas Layanan pada Proses
Konsultasi *Online* di Aplikasi Halodoc terhadap Kepuasan Pengguna dengan
Memperhatikan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi
(Analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling*)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh

SIFA SAHDANI WIJAYA

20321223

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

Pengaruh Komunikasi Efektif Dokter-Pasien dan Kualitas Layanan pada Proses Konsultasi *Online* di Aplikasi Halodoc terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Memperhatikan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi (Analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling)



Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi

Tanggal: 14 Mei 2024

Dosen Pembimbing Skripsi

Dr. Subhan Afifi, M. Si

NIDN: 0528097401

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**Pengaruh Komunikasi Efektif Dokter-Pasien dan Kualitas Layanan pada Proses Konsultasi *Online* di Aplikasi Halodoc terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Memperhatikan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi
(Analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling*)**

Disusun oleh:

SIFA SAHDANI WIJAYA
20321223

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 14 Mei 2024

Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Subhan Afifi, M.Si. ()
2. Anggota : Rifqi Syarif Nasrulloh, S.E., M.M. ()



Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirraim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Sifa Sahdani Wijaya

Nomor Mahasiswa : 20321223

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya penjiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila dikemudian hari, setelah saya lulus dari Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya

Yogyakarta, 2024

Yang menyertakan,



Sifa Sahdani Wijaya

NIM: 20321223

MOTTO

“Boleh Jadi Kamu Membenci Sesuatu, Padahal Ia Amat Baik Bagimu, Dan Boleh Jadi (Pula) Kamu Menyukai Sesuatu, Padahal Ia Amat Buruk Bagimu, Allah Yang Mengetahui Sedangkan Kamu Tidak Mengetahui”

(QS. Al-Baqarah 216)

PERSEMBAHAN

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, Sang Maha Pengatur segala urusan. Terimakasih atas rahmat Yang Maha Kuasa karena dengan itulah saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.

Karya ini saya persembahkan untuk:

Orang Tuaku

Bapak H. Adi Mulato dan Mama Hj. Susy Damai Yanti

Adik-adikku

Alya Khalila dan Gibran Abizar

Keluarga Besar Ilmu Komunikasi UII

Seluruh Dosen beserta staf prodi Ilmu Komunikasi dan Teman-teman Angkatan 2020

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warrahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Komunikasi Efektif Dokter-Pasien dan Kualitas Layanan pada Proses Konsultasi Online di Aplikasi Halodoc terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Memperhatikan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi (Analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling*)”** dengan baik dan lancar. Diajukan guna memenuhi tuntutan akhish studi untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra S1 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Melalui kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak disekitar saya yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta motivasi selama proses penelitian ini:

1. Bapak, H. Adi Mulato dan Mama, Hj. Susy Damai Yanti selaku orang tua saya yang selalu mendoakan dan mendukung langkah saya dalam mencapai cita-cita. Selalu mendengarkan keluh kesah anaknya dan selalu memberikan segalanya bagi saya. Orang tua saya yang selalu sabar dan percaya dengan anaknya untuk bisa memberikan yang terbaik kepada orang tuanya.
2. Kepada adik-adik saya, Ara dan Gibran yang menjadi pengingat bahwa saya akan menjadi contoh untuk kalian. Dengan itu saya ingin sekali memberikan yang terbaik di depan kalian.
3. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M. Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Dr. Phil. Qurotul Uyun, S.Psi., M. Si., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya.
5. Bapak Iwan Awaluddin Yusuf, S. Sip., M.Si., Ph. D. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.

6. Bapak Dr. Subhan Afifi, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi dan dosen pembimbing akademik saya yang telah meluangkan banyak waktunya untuk membimbing saya mengerjakan skripsi ini, senantiasa memberikan arahan, kritik, serta saran yang berharga dalam pengembangan penelitian ini.
7. Bapak Rifqi Syarif Nasrulloh, S.E., M.M., selaku dosen penguji daya yang telah banyak memberikan saya masukan dan ilmu baru untuk menyempurnakan skripsi ini.
8. Kepada seluruh keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan dan doa dalam kelancaran studi saya.
9. Kepada seluruh sahabat saya, Myta, Jihan, Yayak, Zalfaa, Kheista, Mine, Fardan, Mita, Fasya, yang selalu memberikan semangat, ide, dan dukungan dalam perjalanan ini. Melalui keberadaan dan dukungan kalian memberikan saya motivasi untuk selalu berproses untuk mencapai hasil yang terbaik.
10. Seluruh dosen dan staf Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang memberikan banyak bantuan serta pelajaran bagi kelancaran studi.
11. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2020 yang menjadi teman seperjuangan dalam proses belajar ini.

Terimakasih sekali lagi saya ucapkan bagi semua pihak yang mendukung penelitian ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak dengan pahala yang berlipat-lipat ganda, diberikan nikmat, kesehatan, dan kebahagiaan. Aamiin Ya Rabbal Alamin. Demikian kata pengantar ini saya susun dengan penuh rasa syukur.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 2023

Penulis



Sifa Sahdani Wijaya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis	6
E. Tinjauan Pustaka	7
1. Penelitian Terdahulu	7
2. Kerangka Teori.....	13
3. Kerangka Pemikiran.....	22
4. Hipotesis Penelitian.....	23
F. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	25
1. Definisi Konseptual.....	25
2. Definisi Operasional.....	29
G. Metode Penelitian	30
1. Jenis Penelitian.....	30
2. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	31
3. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	31
4. Jenis Data	32
5. Pengumpulan Data	32

6.	Pengolahan dan Analisis Data.....	33
H.	Jadwal Penelitian	39
BAB II.....	41
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	41
A.	Profil Pengguna Halodoc.....	41
B.	Profil Perusahaan	44
C.	Visi dan Misi.....	46
D.	Layanan Halodoc	46
1.	Chat dengan Dokter.....	47
2.	Toko Kesehatan.....	48
3.	Buat Janji Offline	49
4.	Home Lab & Vaksinasi	50
BAB III	52
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	52
A.	Temuan Penelitian	52
1.	Deskripsi Data Responden	52
B.	Analisis Penelitian.....	101
1.	Measurement Model (Outer Model)	101
2.	<i>Structural Model (Inner Model)</i>	110
3.	Penilaian Observasi dan Model Penelitian.....	114
B.	Pembahasan.....	116
1.	Pengaruh Komunikasi Efektif Antara Dokter-Pasien Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Halodoc	116
2.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Halodoc....	118
3.	Pengaruh Pengalaman Pengguna Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Halodoc 120	
4.	Pengalaman Pengguna Memperkuat Hubungan Komunikasi Efektif dan Kepuasan Pengguna	121
5.	Pengalaman Pengguna Memperkuat Hubungan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna	122
BAB IV	124
PENUTUP	124
A.	Simpulan	124
B.	Keterbatasan Penelitian	125
C.	Implikasi Manajerial	126

1. Praktis.....	126
2. Akademis.....	127
D. Saran.....	127
1. Bagi Peneliti Selanjutnya	127
2. Bagi Perusahaan	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN	137

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 1. 2 Skala Liekert.....	33
Tabel 1. 3 Rangkuman Rule of Thumb Evaluasi Model Pengukuran.....	34
Tabel 1. 4 Rangkuman Rule of Thumb Evaluasai Model Struktural	36
Tabel 1. 5 Jadwal Penelitian.....	40
Tabel 3. 1 Pemetaan Responden KE1	59
Tabel 3. 2 Pemetaan Responden KE2	59
Tabel 3. 3 Pemetaan Responden KE3	60
Tabel 3. 4 Pemetaan Respondan KE4	60
Tabel 3. 5 Pemetaan Responden KE5	61
Tabel 3. 6 Pemetaan Responden KE6	62
Tabel 3. 7 Pemetaan Responden KE7	62
Tabel 3. 8 Pemetaan Responden KE8	63
Tabel 3. 9 Pemetaan Responden KE9	64
Tabel 3. 10 Pemetaan Responden KE10	64
Tabel 3. 11 Pemetaan Responden KE11	65
Tabel 3. 12 Pemetaan Responden KE12	65
Tabel 3. 13 Pemetaan Responden KE13	66
Tabel 3. 14 Pemetaan Reponden KE14.....	67
Tabel 3. 15 Pemetaan Responden KE15	67
Tabel 3. 16 Skor Responden Terhadap Variabel Komunikasi Efektif (KE)	69
Tabel 3. 17 Pemetaan Responden KL1	70
Tabel 3. 18 Pemetaan Responden KL2	70
Tabel 3. 19 Pemetaan Responden KL3	71
Tabel 3. 20 Pemetaan Responden KL4	72
Tabel 3. 21 Pemetaan Responden KL5	72
Tabel 3. 22 Pemetaan Responden KL6	73
Tabel 3. 23 Pemetaan Responden KL7	74
Tabel 3. 24 Pemetaan Responden KL8	74

Tabel 3. 25 Pemetaan Respondenn KL9	75
Tabel 3. 26 Pemetaan Responden KL10	75
Tabel 3. 27 Pemetaan Responden KL11	76
Tabel 3. 28 Pemetaan Responden KL12	77
Tabel 3. 29 Pemetaan Responden KL13	77
Tabel 3. 30 Pemetaan Responden KL14	78
Tabel 3. 31 Pemetaan Responden KL15	78
Tabel 3. 32 Pemetaan Respondekn KL16	79
Tabel 3. 33 Skor Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan (KL).....	81
Tabel 3. 34 Pemetaan Responden PP1	82
Tabel 3. 35 Pemetaan Responden PP2	82
Tabel 3. 36 Pemetaan Responden PP3	83
Tabel 3. 37 Pemetaan Respoden PP4	83
Tabel 3. 38 Pemetaan Responden PP5	84
Tabel 3. 39 Pemetaan Responden PP6	85
Tabel 3. 40 Pemetaan Responden PP7	85
Tabel 3. 41 Pemetaan Responden PP8	86
Tabel 3. 42 Pemetaan Responden PP9	87
Tabel 3. 43 Pemetaan Responden PP10	87
Tabel 3. 44 Pemetaan Responden PP11	88
Tabel 3. 45 Skor Responden Terhadap Variabel Pengalaman Pengguna (PP)	90
Tabel 3. 46 Pemetaan Responden KP1.....	91
Tabel 3. 47 Pemetaan Reponden KP2	91
Tabel 3. 48 Pemetaan Responden KP3.....	92
Tabel 3. 49 Pemetaan Responden KP4.....	92
Tabel 3. 50 Pemetaan Responden KP5.....	93
Tabel 3. 51 Pemetaan Responden KP6.....	94
Tabel 3. 52 Pemetaan Rsponden KP7	94
Tabel 3. 53 Pemetaan Responden KP8.....	95
Tabel 3. 54 Pemetaan Responden KP9.....	95
Tabel 3. 55 Skor Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pengguna (KP).....	97

Tabel 3. 56 Skoring Indikator Komunikasi Efektif	98
Tabel 3. 57 Skoring Indikator Kualitas Layanan.....	99
Tabel 3. 58 Skoring Indikator Pengalaman Pengguna	100
Tabel 3. 59 Hasil Nilai Outer Loadings (Loading Factors).....	102
Tabel 3. 60 Analisis Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	105
Tabel 3. 61 Analisis Nilai <i>Cross Loading</i> Indikator.....	106
Tabel 3. 62 Analisis Nilai Fornel Larcker Criterion.....	108
Tabel 3. 63 Analisis Uji Reliabilitas.....	109
Tabel 3. 64 Analisis <i>R-Square</i>	110
Tabel 3. 65 Analisis Nilai <i>Path Coefficients</i>	111
Tabel 3. 66 Analisis Nilai T-Statistics.....	112
Tabel 3. 67 Hasil Uji Hipotesis	113
Tabel 3. 68 Analisis Nilai <i>Predictive Relevance</i>	115
Tabel 3. 69 Analisis Model Fit	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 2. 1 Layanan Telemedicine yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia	41
Gambar 2. 2 Alasan Responden Menggunakan Layanan Telemedicine	42
Gambar 2. 3 Google Trends Halodoc Untuk Wilayah Yogyakarta.....	43
Gambar 2. 4 Google Trends Halodoc Untuk Wilayah Magelang	43
Gambar 2. 5 Ulasan Pengguna Halodoc	44
Gambar 2. 6 Logo Halodoc	45
Gambar 2. 7 Tampilan Layanan Chat dengan Dokter	47
Gambar 2. 8 Tampilan Layanan Toko Kesehatan	48
Gambar 2. 9 Tampilan Layanan Buat Janji Offline.....	49
Gambar 2. 10 Tampilan Home Lab & Vaksinasi	50
Gambar 3. 1 Diagram Pie Persentase Jenis Kelamin.....	53
Gambar 3. 2 Diagram Pie Persentase Usia	54
Gambar 3. 3 Diagram Pie Persentase Pekerjaan.....	55
Gambar 3. 4 Diagram Pie Persentase Domisili	56
Gambar 3. 5 Diagram Pie Persentase Frekuensi Penggunaan	57
Gambar 3. 6 Diagram Pie Persentase Jumlah Pengguna Halodoc	58
Gambar 3. 7 Model Pertama Sebelum Pengujian Convergent Validity	102
Gambar 3. 8 Model Kedua Setelah Pengujian Convergent Validity	105
Gambar 3. 9 Grafik Hasil Path Coefficients.....	111

ABSTRAK

Wijaya, S.S. (2023). *Pengaruh Komunikasi Efektif Dokter-Pasien dan Kualitas Layanan Pada Proses Konsultasi Online di Aplikasi Halodoc Terhadap Kepuasan Pengguna dengan Memperhatikan Pengalaman Pengguna sebagai Variabel Moderasi (Analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling)*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2023.

Evolusi teknologi yang begitu pesat menyebar ke dalam dunia kesehatan sebagai contoh adalah hadirnya *telemedicine*. Halodoc menjadi *telemedicine* yang paling banyak digunakan di Indonesia. Halodoc menawarkan beberapa layanan kesehatan, salah satunya layanan *Chat* dengan dokter. Melalui layanan ini pengguna dapat melakukan konsultasi kesehatan langsung dari *gadget* di manapun dan kapanpun. Dalam aplikasi Halodoc sendiri penggunaannya diberi batasan waktu konsultasi selama 30 menit. Melihat sistem seperti ini kemudian muncul pemikiran apakah dengan durasi waktu dan proses konsultasi secara *online* akan memberikan penyelesaian masalah pasien? Apakah komunikasi yang efektif akan tercapai dalam proses konsultasi *online* ini? Peneliti ini ingin meneliti bagaimana pengaruh dari komunikasi efektif dan kualitas layanan Halodoc dengan kepuasan pengguna dengan efek moderasi pengalaman pengguna.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan paradigma positivistik. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei dengan instrumen penelitian berupa kuesioner yang dibagikan secara *online*. Jumlah sampel penelitian ini sebesar 184 responden dengan metode pengambilan sampel berupa non-probabilitas sampling menggunakan *purposive sampling*. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan aplikasi SPSS dan metode analisis data menggunakan SEM-PLS. Metode ini dipakai guna mengevaluasi hubungan komunikasi efektif dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Halodoc dengan moderasi pengalaman pengguna.

Hasil yang diperoleh antara pengaruh komunikasi efektif (X1) terhadap kepuasan pengguna (Y) berupa nilai *T-Statistics* sebesar 0.003 di mana nilai tersebut < 1.96 yang menandakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) didapatkan memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai *T-Statistics* sebesar $3.476 > 1.96$. Pengalaman pengguna (Z) terhadap kepuasan pengguna (Y) didapatkan memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai *T-Statistics* sebesar $4.376 > 1.96$. Pengaruh efek moderasi pengalaman pengguna (Z) terhadap komunikasi efektif (X1) dan kepuasan pengguna (Y) didapatkan nilai *T-Statistics* sebesar $1.244 < 1.96$, artinya efek moderasi pengalaman pengguna terhadap komunikasi efektif dan kepuasan pengguna aplikasi Halodoc tidak berpengaruh signifikan serta efek moderasi pengalaman pengguna (Z) terhadap kualitas layanan (X2) dan kepuasan pengguna (Y) didapatkan nilai *T-Statistics* sebesar $1.364 < 1.96$, artinya efek moderasi pengalaman pengguna (Z) terhadap kualitas layanan (X2) dan kepuasan pengguna aplikasi Halodoc (Y) tidak berpengaruh secara signifikan. Implikasi manajerial dari penelitian ini adalah melakukan inovasi layanan untuk memperbaiki dan menyempurnakan layanan serta memperhatikan kemampuan dalam merespon pengguna dengan cara melatih tenaga kesehatan yang terlibat.

Kata Kunci: *Telemedicine*, Komunikasi Efektif, Kualitas Layanan, Pengalaman Pengguna, Kepuasan Pengguna

ABSTRACT

Wijaya, S.S. (2023). Pengaruh Komunikasi Efektif Dokter-Pasien dan Kualitas Layanan Pada Proses Konsultasi Online di Aplikasi Halodoc Terhadap Kepuasan Pengguna dengan Memperhatikan Pengalaman Pengguna sebagai Variabel Moderasi (Analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2023.

The rapid evolution of technology has permeated the healthcare sector, exemplified by the emergence of telemedicine. Halodoc stands out as the most widely used telemedicine service in Indonesia, offering various healthcare services, including the "Chat with Doctor" feature. Through this service, users can engage in health consultations directly from their gadgets, anytime and anywhere. Halodoc imposes a time constraint of 30 minutes for each consultation. Observing this system raises questions about whether the time duration and the online consultation process can effectively address patient issues and achieve efficient communication. This research aims to examine the influence of effective communication and service quality within Halodoc on user satisfaction, with the moderating effect of user experience.

This research used a quantitative method with a positivistic paradigm. It took the form of a survey, utilizing an online questionnaire as the research instrument. The sample size comprises 184 respondents, selected through non-probability purposive sampling. Validity and reliability tests were conducted using the SPSS application, and data analysis employs SEM-PLS to evaluate the relationship between effective communication, service quality, user satisfaction, and the moderating role of user experience.

The obtained results indicate that the influence of effective communication (X1) on user satisfaction (Y) is represented by a T-Statistics value of 0.003, where the value is < 1.96 , signifying no significant impact. Service quality (X2) on user satisfaction (Y) is found to have a significant influence, with a T-Statistics value of $3.476 > 1.96$. User experience (Z) on user satisfaction (Y) is determined to have a significant impact, with a T-Statistics value of $4.376 > 1.96$. The moderating effect of user experience (Z) on effective communication (X1) and user satisfaction (Y) yields a T-Statistics value of $1.244 < 1.96$, indicating that the moderating effect of user experience on effective communication and user satisfaction in the Halodoc application is not significant. Similarly, the moderating effect of user experience (Z) on service quality (X2) and user satisfaction (Y) results in a T-Statistics value of $1.364 < 1.96$, signifying that the moderating effect of user experience on service quality and user satisfaction in the Halodoc application is not statistically significant. The managerial implications of this study involve implementing service innovations to improve and enhance services, as well as paying attention to the responsiveness of users by training the involved healthcare professionals.

Keywords: *Telemedicine, Effective Communication, Service Quality, User Experience, User Satisfaction*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi adalah aspek esensial dalam kehidupan dan manusia tidak dapat menghindari komunikasi dalam kehidupannya (Alfarizi & Nuryana, 2019). Begitu pula di bidang kesehatan. Dunia komunikasi saat ini telah memasuki era digitalisasi. Kehadiran teknologi membuat manusia dapat terhubung secara virtual (Herawati, 2011). Evolusi teknologi yang begitu pesat kemudian menyebar ke dalam dunia kesehatan (Prasanti & Indriani, 2018).

Sejak pandemi covid melanda dunia hampir semua negara telah memberlakukan pembatasan kegiatan pada masyarakatnya (Lokantari & Kristaung, 2022). Semua kegiatan disarankan dilakukan secara online, termasuk untuk keperluan kesehatan. Informasi kesehatan terkait perilaku pencegahan COVID-19 dilakukan melalui media komunikasi digital, seperti media sosial, *website*, dan aplikasi kesehatan. Pemerintah di banyak negara juga menggunakan media digital untuk mendidik masyarakat tentang perilaku pencegahan COVID-19 (Afifi et al., 2023). *Telemedicine* menjadi alternatif pertama yang dapat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan perawatan kesehatan, terutama jika terinfeksi penyakit COVID-19. *Telemedicine* adalah teknologi kesehatan yang dapat digunakan untuk mengatasi beberapa kesulitan dalam sistem perawatan kesehatan akibat epidemi penyakit menular global (Sari, Rivai, & Amirrudin, 2021).

Pada Januari 2023, menurut laporan We Are Social, terdapat 212,9 juta pengguna internet di Indonesia (Rizaty, 2023). Statistik ini menunjukkan bahwa 77% masyarakat Indonesia saat ini adalah pengguna internet. Semenjak pandemi covid-19 melanda, minat pemakaian *telemedicine* di Indonesia meningkat (Annur, 2022). Studi oleh Silalahi, Hartono, dan Tumpak (2018) menunjukkan jika Halodoc menjadi aplikasi terbanyak yang digunakan untuk konsultasi dengan dokter yaitu sebesar 68,50% diikuti dengan Alodokter sebesar 66,70%.

Halodoc merupakan layanan telekomunikasi kesehatan yang berdiri pada tahun 2016. Pendirinya adalah Jonathan Sudharta. Halodoc memberikan fasilitas untuk berkonsultasi dengan dokter, membeli obat dan pemeriksaan laboratorium melalui *gadget*. Tujuan Halodoc sendiri merupakan *simplifying healthcare*. Artinya Halodoc

ingin memberikan kemudahan dalam akses kesehatan bagi masyarakat di Indonesia. Melalui Halodoc seorang pengguna dapat melakukan konsultasi kondisi kesehatan mereka dengan dokter secara *online*. Setelah mendapatkan diagnosis kemudian pasien akan diberikan resep obat yang sesuai dan pasien dapat langsung membeli obat tersebut

Halodoc menawarkan beberapa layanan kesehatan, diantaranya adalah *Chat* dengan Dokter, Toko Kesehatan, Buat Janji *Offline*, Layanan *Home Lab* dan terdapat layanan khusus lainnya. Layanan *Chat* dengan Dokter menjadi salah satu fitur yang ditawarkan Halodoc. Melalui layanan ini pengguna dapat melakukan konsultasi kesehatan langsung dari *gadget* mereka di manapun dan kapanpun.

Sebelum teknologi masuk, proses konsultasi antara dokter dan pasien dilakukan secara konvensional atau tatap muka (Evert, 2020). Salah satu bentuk kehadiran teknologi di dunia kesehatan adalah *telemedicine*. *Telemedicine* merupakan penerapan teknologi layanan kesehatan jarak jauh. Di mana teknologi ini akan menjembatani antara pasien dan penyedia layanan kesehatan (Lestari & Dolih, 2021).

Setiap orang pada akhirnya dapat melakukan konsultasi kesehatan melalui perangkat elektronik yang mereka miliki. Gagasan sistem ini adalah model layanan kesehatan baru yang menerapkan teknologi informasi dan komunikasi untuk mengirimkan data medis serta informasi kesehatan secara interaktif dengan tujuan untuk penyediaan layanan kesehatan (Ma, et al., 2022). Pada praktik pelayanan kesehatan ini akan memanfaatkan media visual, audio, serta data untuk mendiagnosis, merawat dan mengobati dalam jarak jauh.

Komunikasi antara dokter-pasien dibutuhkan untuk mendapatkan informasi mengenai keadaan pasien agar dokter dapat melakukan diagnosis (Prihanti, 2017). Komunikasi yang efektif akan menjadi hal penting dalam proses konsultasi pasien. Melalui komunikasi yang efektif maka komunikasi dapat memperoleh pemahaman dari pesan yang dikirim komunikator. Emosi pasien dalam mengambil perencanaan tindakan selanjutnya juga dapat dipengaruhi oleh komunikasi efektif (Prihanti, 2017). Komunikasi efektif dapat diukur melalui hukum komunikasi efektif yang terdiri dari 5 aspek, yaitu *Respect*, *Empathy*, *Audible*, *Clarity* dan *Humble* (Prihanti, 2017: 46-50).

Ketika komunikasi yang efektif tercapai maka akan mendukung penyelesaian masalah kesehatan pasien (Fourianalistyawati, 2012). Dalam aplikasi Halodoc sendiri

penggunanya diberi batasan waktu konsultasi selama 30 menit. Melihat sistem seperti ini kemudian muncul pemikiran apakah dengan durasi waktu dan proses konsultasi secara *online* akan memberikan penyelesaian masalah pasien? Apakah komunikasi yang efektif akan tercapai dalam proses konsultasi *online* ini?

Kualitas layanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan (Astuti & Sintesa, 2020). Berdasarkan studi terdahulu menunjukkan jika kualitas layanan Halodoc yang diharapkan belum memenuhi keinginan pelanggan (Febiola & Samanhuji, 2022). Melalui review pengguna aplikasi Halodoc terlihat keluhan pelayanan dalam *Chat* dengan Dokter seperti *slow respon*, jawaban dokter yang *template*, kesalahan dalam membaca keluhan pasien dan ketidakjelasan pemberian solusi untuk pasien. Sedangkan kualitas layanan adalah faktor utama kesuksesan pelayanan yang diberikan kepada pengguna (Fransiska & Bernarto, 2021). Studi yang dilakukan oleh Chabibah & Kusumayati (2021) menunjukkan jika setiap aspek dari mutu pelayanan di Halodoc telah mendapatkan penilaian yang baik. Hasil studi ini juga menunjukkan jika sebagian besar pengguna yaitu sebanyak 164 orang dengan presentase 85,4% memberikan penilaian positif terhadap mutu pelayanan dan menganggap jika mutu pelayanan Halodoc sudah baik. Sebanyak 165 responden dengan persentase 85,9% merasa puas dengan aplikasi Halodoc. Hal ini menandakan adanya permasalahan dalam kualitas layanan pada proses konsultasi *online* Halodoc.

Ketika individu mulai menggunakan teknologi informasi baru, mereka lebih memperhatikan manfaat, kenyamanan sumber daya dari teknologi tersebut dan kemudahan penggunaan (Shao, Zhang, Chen, & Zhang, 2020). Dalam konteks layanan kesehatan *online*, semakin banyak manfaat yang diperoleh melalui layanan tersebut dan semakin mudah digunakan, maka semakin memuaskan penggunanya (Zagita, Handayani, & Budi, 2019). Tingkat kepuasan pengguna layanan akan semakin tinggi jika pengalaman yang mereka rasakan semakin baik (Pramita, 2019). Pengalaman pengguna dalam penelitian ini akan menjadi variabel yang memoderasi hubungan antara variabel komunikasi efektif dan kualitas layanan dengan kepuasan pengguna. Hal ini dikarenakan pengalaman pengguna setiap responden berbeda. Melalui pertimbangan pengalaman sebagai variabel moderasi memungkinkan penelitian untuk

mengidentifikasi bagaimana pengalaman pengguna dapat meningkatkan atau menurunkan hubungan antar variabel lainnya.

Berdasarkan penelitian milik Cabanillas, Leiva, Fernández, & Jesús (2015) menyatakan bahwa kepuasan tidak terpengaruh oleh efek moderasi pengalaman, di mana pengalaman konsumen hanya memengaruhi tingkat kepuasan dalam aplikasi melalui kegunaan yang nantinya dirasakan sebagai kemudahan penggunaan oleh pengguna berpengalaman dan sebagai kemudahan akses dan kepercayaan oleh pengguna pemula. Sedangkan menurut Rodget et al. (2005) menyatakan bahwa pengaruh kualitas sistem serta kualitas layanan atas kepuasan pengguna lebih berpengaruh bagi pengguna dengan pengalaman yang tinggi dibandingkan pengguna dengan pengalaman yang rendah (dalam Shao, Zhang, Chen, & Zhang, 2020).

Pramita (2019) menyatakan jika pengalaman pelanggan adalah elemen terpenting dalam kepuasan pelanggan. Komunikasi efektif dalam *telemedicine* melibatkan kemampuan penyedia layanan untuk menyampaikan informasi dengan jelas dan akurat kepada pengguna, menjawab pertanyaan atau kekhawatiran pengguna dengan tepat waktu, dan memastikan bahwa komunikasi antara pengguna dan penyedia layanan berjalan lancar dalam lingkungan virtual. Kualitas layanan *telemedicine* mencakup berbagai aspek, seperti kemudahan akses ke platform *telemedicine*, keandalan teknis, kemampuan penyedia layanan untuk memberikan diagnosis yang akurat dan rekomendasi yang tepat, serta kualitas pengobatan yang diberikan secara keseluruhan. Dalam hal ini, pengalaman pelanggan dapat memengaruhi hubungan antara komunikasi efektif dan kualitas layanan *telemedicine* dengan kepuasan pengguna. Jika pengalaman pelanggan positif, komunikasi efektif dan kualitas layanan *telemedicine* yang tinggi akan memberikan dampak yang lebih besar pada kepuasan pengguna. Sebaliknya, jika pengguna memiliki pengalaman negatif, komunikasi efektif dan kualitas layanan *telemedicine* mungkin tidak mencapai kepuasan pengguna yang diharapkan. Dengan demikian, penting bagi penyedia layanan *telemedicine* untuk memastikan komunikasi yang efektif dengan pengguna, menyediakan informasi yang jelas dan akurat, serta memberikan layanan berkualitas tinggi agar pengalaman pelanggan positif dapat meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan.

Pembahasan studi mengenai pengaruh komunikasi efektif, kualitas pelayanan, kepuasan pengguna dalam *telemedicine* sudah banyak dilakukan. Namun kebanyakan penelitian masih membahas secara sederhana pengaruh antar variabel. Contohnya studi tentang kualitas pelayanan dalam *telemedicine* yang dilakukan oleh Saputra & Dewi (2022) hanya berfokus pada analisis hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna. Studi lainnya oleh Biglu et al., (2017) hanya meneliti pengaruh antara keterampilan komunikasi dengan kepuasan pasien. Belum ada penelitian yang menggabungkan antara variabel komunikasi efektif, kualitas layanan, pengalaman pengguna, dan kepuasan pengguna dalam *telemedicine* secara sekaligus. Penelitian ini kemudian menawarkan kebaruan dengan menggabungkan variable-variabel pada penelitian sebelumnya. Penelitian ini juga akan menambahkan variabel baru berupa variabel pengalaman pengguna sebagai variabel moderasi yang belum ada pada studi sebelumnya.

Berdasarkan deskripsi dan permasalahan tersebut, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan studi berjudul “Pengaruh Komunikasi Efektif Dokter-Pasien dan Kualitas Layanan pada Proses Konsultasi *Online* di Aplikasi Halodoc Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Memperhatikan Pengalaman Kerja Dokter Sebagai Variabel Moderasi (*Analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling*)”.

B. Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang didapatkan berdasarkan uraian dari latar belakang di atas adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh pada komunikasi efektif dokter-pasien terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc?
2. Apakah terdapat pengaruh pada kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc?
3. Apakah terdapat pengaruh pada pengalaman pengguna terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc?
4. Apakah pengalaman pengguna memperkuat hubungan komunikasi efektif dengan kepuasan pengguna aplikasi Halodoc?
5. Apakah pengalaman pengguna memperkuat hubungan kualitas layanan dengan kepuasan pengguna aplikasi Halodoc?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pada komunikasi efektif dokter-pasien terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc.
2. Untuk mengetahui pengaruh pada kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc.
3. Untuk mengetahui pengaruh pada pengalaman pengguna terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc.
4. Untuk mengetahui apakah pengalaman pengguna memperkuat hubungan komunikasi efektif dengan kepuasan pengguna aplikasi Halodoc.
5. Untuk mengetahui apakah pengalaman pengguna memperkuat hubungan kualitas layanan dengan kepuasan pengguna aplikasi Halodoc.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

- a) Penelitian diharapkan memberi kontribusi pengetahuan dalam ranah komunikasi kesehatan.
- b) Penelitian diharapkan dapat memberi referensi bagi peneliti lain yang meneliti pembahasan serupa.
- c) Penelitian diharapkan dapat menjadi pemahaman terkait variabel yang berkontribusi pada kepuasan pengguna layanan *telemedicine* di Indonesia

2. Manfaat Praktis

- a) Penelitian diharapkan menjadi referensi bagi instansi terkait dalam mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan *telemedicine*.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat menyediakan informasi bagi dokter di Halodoc untuk bisa meningkatkan kualitas komunikasi mereka dengan pasien sehingga dapat memberikan pengalaman positif bagi pasien.
- c) Penelitian ini diharapkan membantu pengambilan keputusan bagi institusi terkait dalam merencanakan kebijakan dan strategi terkait layanan kesehatan *online* yang lebih efektif dan efisien bagi penggunannya.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi menjadi komparasi guna menghindari kesamaan penelitian. Berikut beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi acuan peneliti :

- a. Pertama, penelitian oleh Rizki et al. (2022) dari Jurnal Perilaku Kesehatan Terpadu dengan judul penelitian “Influence Factors of Effective Communication of Health Officers on Patient Satisfaction”. Riset ini bertujuan untuk meneliti variabel komunikasi efektif pada kepuasan pasien rawat jalan RS Cut Meutia Kabupaten Aceh Utara Provinsi Aceh. Metode yang diterapkan adalah metode kuantitatif menggunakan survei analitik dengan pendekatan cross-sectional. Sampel responden sebanyak 100 pasien berobat jalan di RS Cut Meutia. Data diuji melalui uji *chi-square* serta uji regresi logistik berganda. Tercantum hukum komunikasi efektif yang harus diketahui oleh tenaga kesehatan berupa, *Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble*. Komunikasi dianggap efektif ketika maksud pesan yang disampaikan oleh pengirim sesuai dengan pesan yang diterima oleh penerima pesan. Dari 100 responden, hasil analisis univariat menunjukkan bahwa pada dimensi *Respect, Empathy, Audible, Clarity, dan Humble* lebih banyak responden yang memberikan penilaian buruk. Analisis bivariat menunjukkan adanya hubungan signifikan antara dimensi *Respect* ($0.009 < 0.05$), *Empathy* ($0.003 < 0.05$), *Audible* ($0.000 < 0.05$), *Clarity* ($0.001 < 0.05$), dan *Humble* ($0.000 < 0.005$) dengan kepuasan pasien. REACH berdampak pada seberapa baik pasien rawat jalan dirawat, dengan variabel *Respect* di RS Cut Meutia Kabupaten Aceh Utara Provinsi Aceh menjadi komponen terpenting.
- b. Kedua, penelitian oleh Lu et al. (2021) dari jurnal penelitian berjudul “Influencing Factors of Patient Satisfaction In Teleconsultation: A Cross-Sectional Study”. Tujuan riset ini adalah guna meluaskan model holistik untuk menyelidiki dan menguji secara empiris kepuasan pasien dalam konteks telekonsultasi. Data dikumpulkan dari 459 pasien yang telah berpartisipasi dan membayar layanan telekonsultasi kemudian dianalisis menggunakan model persamaan struktural (SEM). Item yang digunakan

untuk mengukur kualitas fungsional diadaptasi dari lima dimensi SERVQUAL (*tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*). Hasil menunjukkan bahwa kualitas teknis, kualitas fungsional, kognisi pasien, dan biaya medis berkontribusi secara signifikan atas kepuasan pasien. Kognisi pasien memainkan peran moderat dalam hubungan antara kualitas teknis dan kepuasan pasien.

- c. Ketiga, penelitian oleh Lokantari & Kristaung (2022) dengan judul “Telemedicine Service Quality, Customer Satisfaction and Continual Usage during the Covid-19 Pandemic”. Riset ini bertujuan guna menetapkan korelasi kualitas layanan *telemedicine* terhadap kepuasan pelanggan serta penggunaan berkelanjutan selama Covid-19. Analisis data riset ini memakai metode PLS-SEM dengan aplikasi SmartPLS. Pertama, dilakukan pengujian model pengukuran dengan menguji validitas dan reliabilitas konstruk dari setiap indikator. Selanjutnya menguji model struktural guna menentukan hubungan antara variabel dalam model penelitian. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner skala Likert. Didapatkan 400 responden yang telah menggunakan aplikasi kesehatan setidaknya sekali selama pandemi. Hasil penelitian menyatakan kualitas sistem dan kualitas interaksi membentuk kualitas layanan *telemedicine*, kualitas layanan *telemedicine* mempunyai dampak positif pada kepuasan pelanggan dan penggunaan berkelanjutan, kepuasan pelanggan mempunyai dampak positif pada penggunaan berkelanjutan. Selain itu, ditemukan juga bahwa kualitas layanan *telemedicine* sepenuhnya memediasi pengaruh kualitas sistem dan kualitas interaksi atas kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sepenuhnya memediasi pengaruh kualitas layanan *telemedicine* atas penggunaan berkelanjutan aplikasi kesehatan.
- d. Keempat, studi oleh Fransiska & Bernarto (2021) berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Keberlanjutan Penggunaan pada Pengguna Aplikasi Kesehatan”. Tujuan penelitian sebagai upaya mengidentifikasi korelasi dari kualitas layanan, kepuasan pelanggan, keberlanjutan penggunaan, serta pengaruh moderasi biaya finansial bagi

pengguna Halodoc. Seluruh pengguna Halodoc di Indonesia periode April sampai Mei 2021 masuk ke dalam populasi penelitian. Sampel terdiri dari 190 pengguna Halodoc dari seluruh Indonesia yang mengikuti survei. Convenience sampling, teknik pengambilan sampel non-probabilitas, dipilih sebagai strategi pengambilan sampel. SEM-PLS digunakan untuk menganalisis data. Menurut penelitian, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan mempunyai pengaruh positif pada keberlanjutan penggunaan. Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif pada keberlanjutan penggunaan. Namun, kepuasan pelanggan dengan keberlanjutan penggunaan hubungannya tidak dimoderasi oleh biaya moneter.

- e. Kelima, penelitian oleh Pramita (2019) berjudul “Effect Of Experience in Building Satisfaction, Trust and Loyalty”. Tujuan riset untuk menganalisis korelasi pengalaman terhadap kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas. Riset dilakukan pada responden yang memakai layanan rawat inap di RSIA Puri Bunda Denpasar. Total responden sebanyak 100 responden. Data dianalisis memakai metode *Partial Least Square*. Hasil riset ini memperlihatkan jika pengalaman, kepuasan, serta kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan pada loyalitas. Pengalaman mempunyai pengaruh signifikan pada kepuasan. Pengalaman mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada kepercayaan.
- f. Keenam, penelitian oleh (Sari, Rivai, & Amirrudin, 2021) berjudul “The Effect of Patient Experience on Patient Loyalty through Patient Satisfaction in Telemedicine Application Services During the Covid-19 Pandemic”. Tujuannya guna menginvestigasi korelasi dari pengalaman dan kepuasan pasien dengan loyalitas pasien terhadap aplikasi *telemedicine*. Riset dilakukan kepada pengguna *telemedicine* di Indonesia, yaitu Alodokter dan Halodoc. Responden penelitian ini adalah pasien yang telah menggunakan aplikasi *telemedicine* Alodokter dan Halodoc selama covid-19. Populasi riset ini berjumlah dari 1.000 pasien, di mana 500 di antaranya diambil dari pengguna aplikasi Halodoc dan 500 lainnya diambil dari pengguna aplikasi Alodokter. Data dianalisis menggunakan metode analisis multivariat

berdasarkan model persamaan struktural (SEM). Hubungan antara pengalaman pasien dan kepuasan pasien ditemukan signifikan. Hal ini berarti bahwa semakin positif pengalaman seseorang dengan layanan aplikasi *telemedicine*, semakin besar kemungkinan pasien akan puas dengan aplikasi tersebut. Hubungan antara pengalaman pasien dan loyalitas pasien ditemukan signifikan. Sebagai tambahan, terdapat hubungan langsung antara kebahagiaan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dampak tidak langsung dari pengalaman pasien pada loyalitas pasien dan kepuasan pasien sebagai mediator dan ditemukan signifikan.

Penelitian ini terbentuk dari gabungan penelitian terdahulu karena hingga saat ini belum ditemukan studi yang menganalisis secara langsung tentang “Pengaruh Komunikasi Efektif Dokter-Pasien dan Kualitas Layanan Pada Proses Konsultasi *Online* Di Aplikasi Halodoc Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Memperhatikan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi (Analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling*)”.

Tabel 1. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Variabel	Hasil
1.	Rizki et al. (2022)	<i>Influence Factors of Effective Communication of Health Officers on Patient Satisfaction</i>	Uji chi-square dan uji regresi logistik berganda	Variabel X: X1: <i>Respect</i> X2: <i>Empathy</i> X3: <i>Audible</i> X4: <i>Clarity</i> X5: <i>Humble</i> Variabel Y: <i>Patient Satisfaction</i>	<i>Respect, Empathy, Audible, Clarity, dan Humble</i> melalui analisis bivariat memperlihatkan adanya korelasi yang signifikan antar dimensi <i>Respect, Empathy, Audible, Clarity, dan Humble</i>

					dengan kepuasan pasien.
2.	Lu et al. (2021)	<i>Influencing factors of patient satisfaction in teleconsultation: A cross-sectional study</i>	Model persamaan struktural (SEM)	Variabel X: <i>a. Technical Quality</i> <i>b. Functional Quality</i> Variabel Y: <i>Patient Satisfaction</i> Variabel Z: <i>a. Patient Cognition</i> <i>b. Medical Expenses</i>	Kualitas teknis, kualitas fungsional, kognisi pasien, dan biaya medis berkontribusi positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien
3.	Lokantari & Kristaung (2022)	<i>Telemedicine Service Quality, Customer Satisfaction and Continual Usage during the Covid-19 Pandemic</i>	Metode PLS-SEM	Variabel X: Telemedicine Service Quality (System Quality & Interaction Quality) Variabel Y: Continual Usage Variabel Z: Customer Satisfaction	Kualitas sistem dan kualitas interaksi membentuk kualitas layanan <i>telemedicine</i> , kualitas layanan <i>telemedicine</i> mempunyai dampak positif pada kepuasan.
4.	Fransiska & Bernarto (2021)	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan	Metode PLS-SEM	Variabel X Kualitas Layanan Aplikasi Kesehatan	Kualitas layanan berhubungan positif dengan kepuasan

		Pelanggan dan Keberlanjutan Penggunaan pada Pengguna Aplikasi Kesehatan		<p>Variabel Y</p> <p>Y1: Kepuasan Pelanggan</p> <p>Y2: Keberlanjutan Penggunaan</p> <p>Variabel Moderasi</p> <p>Biaya Moneter</p>	<p>pelanggan, juga berhubungan positif dengan keberlanjutan penggunaan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga berkorelasi secara positif terhadap keberlanjutan penggunaan. Dengan meningkatkan kualitas layanan, kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan.</p>
5.	Pramita (2019)	<i>Effect Of Experience in Building Satisfaction, Trust and Loyalty</i>	PLS-SEM	<p>Variabel X:</p> <p><i>Experience</i></p> <p>Variabel Y:</p> <p>Y1: <i>Satisfaction</i></p> <p>Y2: <i>Trust</i></p> <p>Y3: <i>Loyalty</i></p>	<p>Pengalaman, kepuasan, serta kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan pada loyalitas.</p>
6.	Sari, Rivai, & Amirrudin (2021)	<i>The Effect of Patient Experience on Patient Loyalty through Patient Satisfaction in Telemedicine Application Services During</i>	Model persamaan struktural (SEM).	<p>Variabel X</p> <p>Pengalaman</p> <p>Variabel Y</p> <p>Y1: Kepuasan</p> <p>Y2: Loyalitaas</p>	<p>Hubungan antara pengalaman pasien dan kepuasan pasien ditemukan signifikan. Hal ini berarti bahwa semakin positif pengalaman seseorang dengan</p>

		<i>the Covid-19 Pandemic</i>			layanan aplikasi <i>telemedicine</i> , semakin besar kemungkinan pasien akan puas dengan aplikasi tersebut.
--	--	----------------------------------	--	--	--

2. Kerangka Teori

a. *Social Cognitive Theory*

Social Cognitive Theory atau yang disebut dengan teori kognitif sosial digunakan untuk meneliti kepuasan dengan penggunaan layanan *e-health* (Littlejohn & Foss, 2009). Dikembangkan oleh Albert Bandura, teori kognitif sosial didasarkan pada penelitian yang sama dengan yang diaplikasikan dalam teori belajar sosial, tetapi lebih berfokus pada proses pikiran manusia (Littlejohn & Foss, 2009). Teori ini memiliki asumsi jika interaksi antara aspek lingkungan, faktor personal, dan faktor perilaku akan memengaruhi tindakan seseorang (Wu et al., 2021).

Faktor personal merefleksikan faktor internal seperti pengetahuan, pengalaman, sikap, dan keadaan psikologis. Faktor lingkungan merupakan faktor eksternal yang membentuk interaksi antara individu dengan lingkungan. Faktor perilaku merupakan faktor yang mengacu pada tindakan fokus individu. Berdasarkan teori kognitif sosial, setiap dua dari tiga faktor dapat berinteraksi satu sama lain dan kemudian memengaruhi yang ketiga (Zhou & Fan, 2019). Teori kognitif sosial merupakan teori yang diterima secara luas dalam menjelaskan perilaku individu.

Selama beberapa tahun terakhir, teori kognitif sosial sudah banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku individu termasuk dalam perilaku adopsi sistem *telehealth* (Zhou & Fan, 2019). Teori kognitif sosial banyak digunakan untuk memahami dan memprediksi karakteristik perilaku individu yang berkaitan dengan perilaku kesehatan dan perilaku penerimaan sistem informasi medis (Wu et al., 2021). Dalam konteks *telemedicine*, teori kognitif

sosial dapat membantu peneliti memahami bagaimana faktor-faktor lingkungan (Contohnya: kualitas layanan, kepercayaan terhadap teknologi, dan interaksi dokter-pasien), faktor personal (Contohnya: pengetahuan, sikap, dan persepsi terhadap *telemedicine*), dan faktor perilaku (Contohnya: niat untuk menggunakan *telemedicine* dan kepuasan pengguna) memengaruhi perilaku penggunaan *telemedicine* dan kepuasan pengguna. Penelitian dengan mengadopsi teori kognitif sosial dilakukan guna memperoleh pemahaman tentang variabel-variabel yang memengaruhi derajat kepuasan pengguna di konteks *telemedicine*.

b. Komunikasi Efektif

Komunikasi adalah hal penting dalam hubungan antara dokter-pasien (Febriantoro, 2020). Lewat proses komunikasi, pasien dapat menyampaikan keluhan dan pendapat mereka. Penting bagi dokter untuk memahami keluhan pasien. Waktu konsultasi virtual selama 30 menit yang umumnya singkat dan potensi timbulnya kendala mengakibatkan dokter hanya memiliki waktu terbatas untuk menanyakan masalah pasien. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif sangat membantu dokter untuk lebih memahami keluhan pasien.

Komunikasi efektif merupakan komunikasi dengan tujuan agar komunikan paham dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator serta dapat memberikan umpan balik yang tepat sesuai dengan pesan tersebut (Prihanti, 2017). Menurut Prijosaksoni et. al., (2002) terdapat hukum komunikasi efektif yang disebut dengan *The 5 Inevitable Laws of Effective Communication* (seperti dikutip dalam Prihanti, 2017, hal. 46-49), yaitu :

1) Hukum 1: *Respect*

Hukum ini melambangkan sikap menghormati orang yang menjadi target pesan.

2) Hukum 2: *Empathy*

Kemampuan membawa diri dalam kondisi yang sedang ditemui orang lain. Limitasi untuk mempunyai sikap empati berupa kecakapan mendengarkan dan memahami sebelum didengarkan atau dipahami orang lain. Istilah ini dinamakan sebagai komunikasi empatik.

3) Hukum 3: *Audible*

Artinya pesan yang diberikan dapat diterima dengan baik. Prinsip ini menyatakan bahwa pesan harus disampaikan melalui saluran komunikasi yang memungkinkan penerima pesan menerima dengan baik.

4) Hukum 4: *Clarity*

Clarity berkaitan dengan kegamblangan dari pesan guna menghindari multi interpretasi. Hukum ini juga dapat dimaknai sebagai keterbukaan.

5) Hukum 5: *Humble*

Untuk membentuk komunikasi efektif diperlukan kerendahan hati. Hukum ini akan berkaitan dengan hukum pertama guna bisa membentuk rasa menghargai orang lain.

Manfaat komunikasi efektif dokter-pasien berdasarkan Konsil Kedokteran Indonesia (2006) adalah :

- 1) Mengoptimalkan kepuasan pasien saat mendapatkan pelayanan medis.
- 2) Mengoptimalkan kepercayaan pasien terhadap dokter yang menjadi fondasi hubungan dokter-pasien yang baik.
- 3) Mengoptimalkan keberhasilan dalam melakukan diagnosis, pengobatan, serta tindakan medis.
- 4) Mengoptimalkan kepercayaan diri serta keteguhan bagi pasien fase terminal untuk menghadapi penyakit yang mereka alami.

c. Kualitas Layanan

Kualitas layanan memiliki ikatan yang erat dengan kepuasan pelanggan (Astuti & Sintesa, 2020). Kualitas layanan bisa dimaknai sebagai seberapa jauh penilaian pengguna terhadap layanan memenuhi dan/atau melebihi harapan mereka (Boadi, Wenxin, & Mentum-Micah, 2019). Kualitas layanan merupakan tindakan yang ditandai pada kepuasan harapan pelanggan. Para peneliti mengatakan teori yang paling mewakili persepsi kualitas layanan adalah adalah SERVQUAL yang membagi kualitas layanan menjadi

Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibility (Wu et al., 2021). Menurut Tjiptono & Chandra (2016) terdapat 5 dimensi pengukuran pelayanan (seperti dikutip dalam Febiola & Samanhudi, 2022) yaitu :

1) *Reliability* (Reliabilitas)

Reliabilitas berkaitan erat dengan ketepatan waktu penyediaan jasa dan layanan yang perusahaan berikan dengan akurat.

2) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Responsiveness adalah layanan yang kuat kaitannya dengan aktivitas pelayanan langsung yang dilakukan penyedia layanan dalam memberikan respons secara cepat dan efektif sesuai permintaan yang diajukan.

3) *Assurance* (Jaminan)

Jaminan (*Assurance*) terkait erat dengan upaya perusahaan atau penyedia jasa untuk memberikan perasaan aman serta nyaman kepada pelanggan. Tujuannya agar pelanggan merasa terlindungi dan yakin bahwa karyawan yang menangani masalah yang mereka hadapi adalah ahli di bidang pelayanan yang diberikan.

4) *Empathy* (Empati)

Empati (*Empathy*) terkait dengan kemampuan perusahaan untuk memahami pelanggan dan menyelesaikan masalah yang mereka hadapi. Dimensi ini juga mencakup cara penyedia jasa menyediakan layanan operasional yang sesuai waktu sehingga pelanggan merasa nyaman.

5) *Tangibility* (Bukti Fisik)

Bukti Fisik (*Tangibility*) terkait dengan fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan untuk menarik perhatian pelanggan dan mempertahankan kepuasan pelanggan sehingga mereka tetap menjadi konsumen atau pengguna layanan jasa dari perusahaan dan tidak beralih ke pesaing.

Ribbink, et al., (2004) menyatakan penilaian kualitas layanan virtual (*e-quality*) dapat dilakukan dengan mengukur lima dimensi (dalam Chabibah & Kusumayati, 2021), yaitu:

1) *Ease of Use* (Dimensi Kemudahan)

Berhubungan dengan kemudahan penggunaan teknologi saat memakai layanan. Kemudahan penggunaan ini akan menjadi penentu kualitas layanan dan kepuasan pengguna karena akan meningkatkan efisiensi penggunaan layanan.

2) *Website Design* (Desain Tampilan)

Dimensi ini berhubungan dengan layanan tatap muka (user interface) yang didapatkan pengguna. Tampilan yang menarik secara visual juga menjadi hal yang penting untuk meningkatkan kualitas layanan

3) *Personalization* (Personalisasi)

Dimensi yang berhubungan dengan penyesuaian *website/user interface* dengan keperluan pengguna. Perusahaan perlu untuk menyesuaikan layanan mereka dengan kebutuhan penggunanya.

4) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Dimensi yang berhubungan dengan cara penyedia layanan responsif terhadap segala keinginan dan keperluan pengguna. Banyak pengguna menginginkan respon yang cepat. Hal ini akan berpengaruh kepada kepuasan pengguna.

5) *Assurance* (Jaminan)

Dimensi yang berhubungan dengan keamanan dan privasi pengguna ketika menggunakan layanan elektronik.

Kualitas akan menjadi dukungan dalam pembentukan kepuasan pasien karena jika kualitas pelayanan dirasakan oleh pasien melebihi harapan, hal itu akan menciptakan dan mempertahankan kepuasan pasien. Menurut Kusniati, Farida, & Sudiro, (2016), terdapat korelasi yang kuat antara kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan. Permana et.al., (2019) juga menyatakan kepuasan pasien akan meningkat sejalan dengan semakin bagusnya kualitas pelayanan yang diberikan.

d. Pengalaman Pengguna

Pengalaman adalah hasil dari serangkaian hubungan konsumen dengan produk, bisnis, atau komponen organisasi yang mengakibatkan adanya respons pada pelanggan (Sari, Rivai, & Amirrudin, 2021). Pengalaman pengguna adalah mengenai pengalaman pengguna ketika menggunakan atau berinteraksi memakai produk digital (Thufailah & Hapsari, 2021). Ketika individu mulai menggunakan teknologi informasi baru, mereka lebih memperhatikan manfaat, kenyamanan sumber daya dari teknologi tersebut dan kemudahan penggunaan (Shao, Zhang, Chen, & Zhang, 2020). Demikian pula menurut Pramita (2019) yang menyatakan jika pengalaman pelanggan adalah elemen terpenting dalam kepuasan pelanggan. Pengalaman menjadi hal yang personal dan membutuhkan partisipasi pada banyak tingkat (intelektual, emosional, sensorik, fisik, dan spiritual) dari konsumen.

Dalam konteks layanan kesehatan *online*, semakin banyak manfaat yang diperoleh melalui layanan tersebut dan semakin mudah digunakan, maka semakin memuaskan penggunaannya (Zagita, Handayani, & Budi, 2019). Pengalaman pengguna melibatkan persepsi individu terhadap interaksi mereka dengan suatu aplikasi, termasuk pikiran dan perasaan yang muncul akibat interaksi tersebut. Pengalaman pengguna mencakup impresi serta tanggapan seseorang saat memakai suatu produk, sistem, atau layanan (Intanny, Widiyastuti, & Perdani, 2018). Menurut Imlach (2021) selama pengguna memiliki pengalaman yang baik dan merasakan manfaat layanan maka tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan memiliki dampak positif dan berpotensi memengaruhi keberlanjutan jangka panjang minat penggunaan layanan *telemedicine* (dalam Sari, Rivai, & Amirrudin, 2021).

Studi sebelumnya memperlihatkan jika pengalaman yang positif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Artinya, makin positif pengalaman yang dialami oleh pengguna layanan, maka tingkat kepuasan pengguna akan semakin tinggi (Pramita, 2019). Pengalaman pengguna dapat dinyatakan sebagai hasil dari faktor-faktor internal pengguna, seperti harapan, keinginan, motivasi, dan keadaan emosional, yang dipengaruhi oleh

atribut-atribut desain sistem, seperti tingkat kompleksitas, tujuan, tingkat kenyamanan, dan fungsionalitasnya, dalam suatu interaksi yang spesifik (Hassenzahl & Tractinsky, 2006).

Indikator pengukuran pengalaman pengguna menurut Sahin, et al. (2011) dan Brakus, et al. (2009) (dalam Pramita, 2019), yaitu:

1) Kesan yang baik

Mengacu pada persepsi positif atau pandangan positif pengguna terhadap suatu produk, layanan, atau pengalaman tertentu. Kesan yang baik dapat mencakup elemen-elemen seperti desain yang menarik, kualitas yang baik, dan kepuasan secara umum.

2) Pengalaman menyenangkan

Merujuk pada aspek emosional dari pengalaman pengguna. Pengguna merasa senang atau bahagia ketika berinteraksi layanan yang diberikan.

3) Membantu penyelesaian masalah

Menunjukkan sejauh mana produk atau layanan membantu pengguna dalam menyelesaikan masalah atau mencapai tujuan pengguna. Pengalaman pengguna yang baik memberikan solusi efektif dan efisien terhadap masalah atau kebutuhan pengguna.

4) Tindakan yang tepat

Menggambarkan bahwa interaksi atau respon dari produk atau layanan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pengguna.

5) Meningkatkan perasaan senang

Merujuk pada kemampuan suatu produk atau layanan untuk meningkatkan perasaan positif atau kebahagiaan pengguna. Ini bisa melibatkan fitur-fitur yang memberikan kepuasan tambahan atau meningkatkan suasana hati pengguna selama interaksi.

e. Kepuasan Pengguna

Kepuasan didefinisikan sebagai “usaha pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu layak” (Tjiptono & Chandra, 2016). Menurut Kotler & Caslione (2009), kepuasan merujuk pada rasa bahagia atau tidak puas yang

dialami oleh pengguna saat memkomparasikan kinerja produk terhadap harapan mereka (dalam Boadi, Wenxin, & Mentum-Micah, 2019). Salah satu aspek fundamental yang memutuskan kepuasan pelanggan merupakan penilaian pelanggan akan kualitas layanan (Asnawi et al., 2019). Menurut Churchill & Surprenant (1982) definisi kepuasan adalah hasil pembelian serta penggunaan produk yang timbul dari komparasi antara hadiah dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diharapkan. Secara operasional, kepuasan mirip dengan sikap dan penilaiannya akan berfokus pada berbagai atribut (dalam Tjiptono & Chandra, 2016).

Kepuasan pasien merupakan kondisi psikologis yang menghubungkan perasaan baik atau buruk dengan pengalaman dan beberapa unsur spesifik sesi konsultasi (Sesilia, 2022). Hal ini adalah aspek penentu apakah layanan yang diberikan mencapai harapan dari penggunaannya atau tidak. Kepuasan pengguna dapat dicapai jika penyedia layanan memberikan kinerja yang memenuhi atau melebihi harapan pengguna (Chabibah & Kusumayati, 2021). Ribbink, et al., (2004) menyatakan kepuasan pelanggan terkait pada empat pertanyaan (dalam Chabibah & Kusumayati, 2021), yaitu:

- 1) Total kepuasan pelayanan secara umum
- 2) Keputusan pemberi pelayanan
- 3) Kenyamanan saat melakukan layanan
- 4) Kesenangan saat menggunakan layanan

Kepuasan pengguna adalah mengenai bagaimana perasaan pengguna tentang pelayanan yang mereka peroleh. Senang atau kecewa selepas memkomparasikan jasa yang sudah diterima pengguna dengan yang diharapkan pengguna. Harapan ini merupakan suatu penilaian yang pelanggan berikan agar menjadi standar terhadap layanan atau kepercayaan yang dimiliki oleh pelanggan agar dapat menilai apakah jasa tersebut layak untuk digunakan atau tidak (Febiola & Samanhudi, 2022).

Kepuasan pengguna merupakan kondisi di mana kebutuhan, keinginan, serta ekspektasi dapat tercukupi dari jasa yang telah mereka gunakan. Jika fungsi dari aplikasi tidak mampu memenuhi kebutuhan, keinginan, serta

ekspektasi pengguna maka pengguna akan merasa kecewa akan kinerja aplikasi (Ariadanan & Chusumastuti, 2022). Untuk mengukur kepuasan pengguna dapat dilakukan dengan memperhatikan unsur dari usability yang berarti sejauh mana kepuasan terpengaruh oleh kemampuan aplikasi untuk mencapai tujuan pengguna dengan efektif, efisien, dan memenuhi harapan pengguna (Ariadanan & Chusumastuti, 2022). Terdapat lima indikator utama yang merupakan inti dari konsep usability (dalam Aryani, Yusup, & Ilamsyah, 2018). Indikator tersebut meliputi:

1) Kegunaan

Mencakup seberapa jauh suatu produk atau sistem dapat dipahami dan dipakai secara mudah bagi pengguna. Kegunaan berkaitan dengan kemudahan navigasi, jelasnya petunjuk, dan kejelasan informasi yang disajikan.

2) Efisiensi

Mengacu pada seberapa cepat dan efisien pengguna dapat menyelesaikan tugas mereka menggunakan produk atau sistem. Efisiensi melibatkan minimnya langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan, kecepatan respon sistem, dan kecepatan pemrosesan informasi.

3) Efektivitas

Merupakan kemampuan produk atau sistem untuk mencapai tujuan pengguna dengan akurasi dan keberhasilan. Efektivitas berkaitan dengan sejauh mana produk atau sistem dapat membantu pengguna mencapai hasil yang diinginkan.

4) Kepuasan

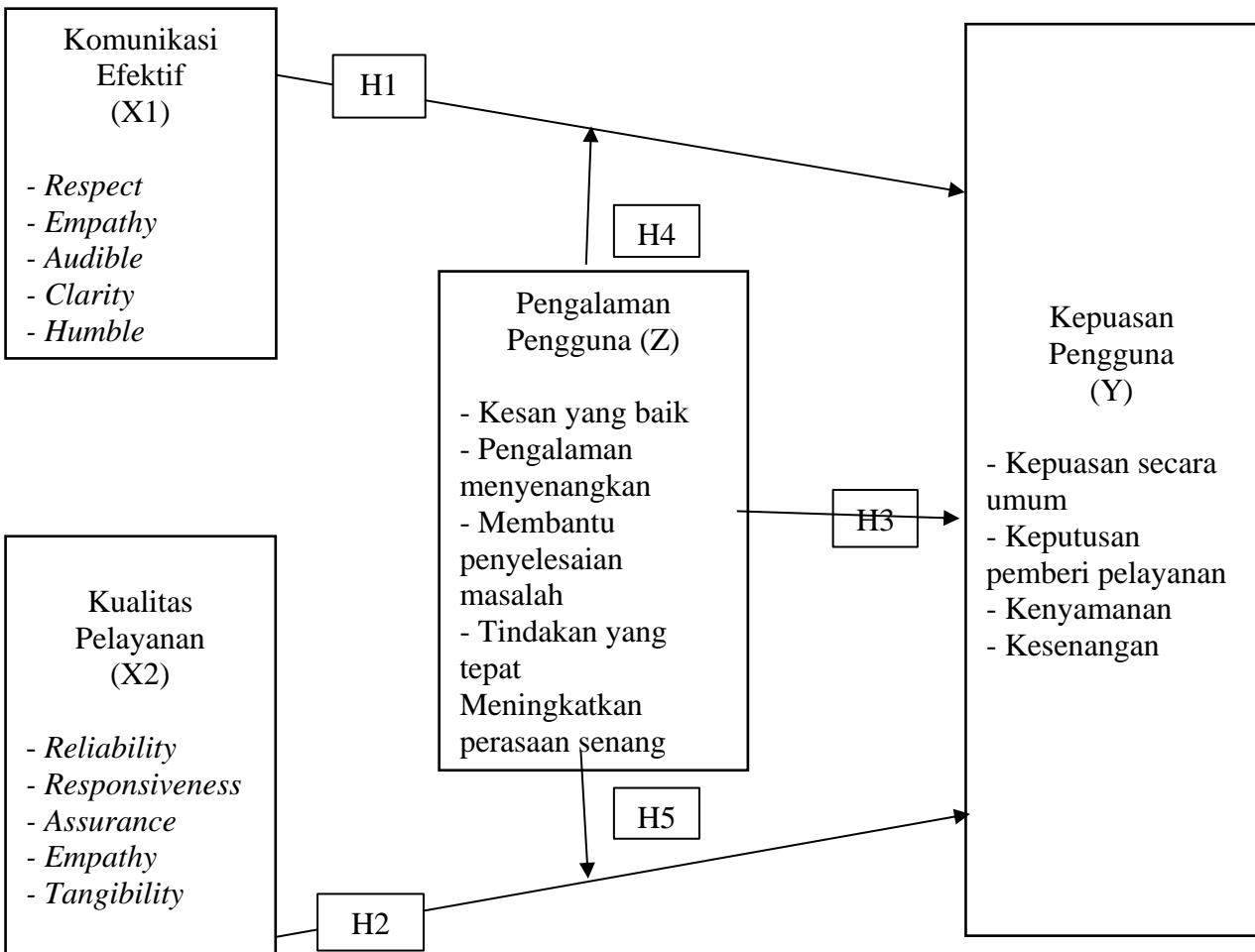
Menilai tingkat kepuasan pengguna terhadap pengalaman menggunakan produk atau sistem. Kepuasan mencakup aspek emosional dan persepsi pengguna terhadap kualitas keseluruhan produk atau sistem.

5) Aksesibilitas

Merujuk pada kemampuan produk atau sistem untuk diakses dan digunakan oleh berbagai jenis pengguna, termasuk mereka dengan kebutuhan khusus. Aksesibilitas melibatkan desain yang ramah bagi pengguna dengan beragam kemampuan fisik dan kognitif.

3. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini memiliki empat variabel untuk diteliti. Variabel tersebut adalah variabel komunikasi efektif dan kualitas layanan sebagai variabel eksogen (X), variabel kepuasan pengguna sebagai variabel endogen (Y) serta variabel pengalaman kerja sebagai variabel moderasi (Z). Keempat variabel tersebut dapat digambarkan menggunakan kerangka pemikiran seperti di bawah ini:



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Penulis

4. Hipotesis Penelitian

1) Komunikasi Efektif dan Kepuasan Pengguna

Curry & Singlair (2002) menetapkan jika kepuasan pasien akan meningkat ketika proses komunikasi antara pasien dengan penyedia layanan kesehatan mampu memberikan pasien akses informasi yang berkaitan dengan kondisi dan pengobatan mereka (dalam Atinga, Nkrumah, & Domfeh, 2019). Williams dan Calnan (1991) mengatakan bahwa kepuasan pasien terhadap proses konsultasi sangat berkorelasi dengan kemampuan komunikasi yang memadai dengan pasien. Cohen (1996) juga mengamati bahwa sumber utama ketidakpuasan pasien terhadap kualitas layanan kesehatan adalah karena kurangnya kesempatan untuk bertanya, penjelasan yang tidak jelas, waktu konsultasi yang tidak memadai dengan dokter, dan sikap dokter itu sendiri (dalam Atinga, Nkrumah, & Domfeh, 2019). Dengan ini hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Komunikasi efektif antara dokter-pasien memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc.

2) Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna

Kualitas layanan serta kepuasan pengguna menjadi fundamental dalam dunia kesehatan dan perlu untuk diperhatikan bagi para penyedia layanan kesehatan (Fransiska & Bernarto, 2021). Asumsinya, kualitas layanan mempunyai dampak signifikan pada kepuasan pelanggan (Kassim & Abdullah, 2010). Kualitas layanan sangat berperan dalam menentukan tingkat kepuasan pasien. Berdasarkan studi milik Permana et al. (2019) didapatkan kualitas layanan mempunyai dampak signifikan pada derajat kepuasan pengguna. Menurut studi yang dilakukan Fadhila dan Diansyah (2018) menyatakan bahwa terdapat relasi yang signifikan antara kualitas layanan dengan kepuasan pasien. Dengan ini hipotesis kedua yang diajukan adalah:

H2: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc.

3) Pengalaman Pengguna dan Kepuasan Pengguna

Semakin positif pengalaman seseorang dengan layanan aplikasi *telemedicine* maka semakin besar pula kemungkinan pasien puas dengan aplikasi tersebut (Sari, Rivai, & Amirrudin, 2021). Hasil penelitian sebelumnya oleh Sastra dan Indrawati (2017) menguji konsumen Telkom Indihome dan menemukan bahwa pengalaman memengaruhi kepuasan. Temuan lain yang sesuai adalah penelitian oleh Chandra (2014) dan Rose, et al. (2012) yang menyatakan jika pengalaman mempunyai dampak signifikan pada kepuasan pelanggan.

Riset milik Pramita (2019) memperlihatkan bahwasannya pengalaman mempunyai akibat positif serta signifikan terhadap tingkatan kepuasan. Artinya, makin positif pengalaman yang dialami oleh pengguna layanan, maka makin tinggi rasa kepuasan penggunanya. Hwang dan Seo (2016) beranggapan jika pengalaman yang dialami pelanggan dapat memengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan (dalam Dewi, Ellitan, & Pradana, 2022). Dengan ini hipotesis ketiga yang diajukan adalah:

H3: Pengalaman pengguna memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc

4) Efek Moderasi Pengalaman Pengguna terhadap Komunikasi Efektif dan Kepuasan Pengguna

Keterampilan komunikasi yang baik adalah hal yang tidak dapat diabaikan dalam konsep dasar perawatan, karena berkomunikasi dengan efektif dapat membantu mengurangi risiko kesalahan medis, memastikan hasil yang lebih baik bagi pasien, serta meningkatkan kepuasan pasien (Lang, 2012). Komunikasi yang buruk antara dokter-pasien menjadi pengalaman yang tidak menyenangkan bagi pasien. Kekecewaan pasien dengan proses konsultasi muncul ketika dokter tidak memberikan penjelasan yang mendetail mengenai kondisi kesehatan pasiennya. Interaksi antara dokter dan pasien memiliki dampak signifikan kepada tingkat kepatuhan dalam pengobatan, meningkatkan kepuasan pasien, dan pada akhirnya memberikan manfaat yang positif terhadap hasil pengobatan (Riskiyah, Hariyanti, & Juhariah, 2017). Berdasarkan studi milik Pramita (2019) memperlihatkan

pengalaman memberikan dampak signifikan pada kepuasan pengguna. Melalui hasil studi di atas dapat diasumsikan jika pengalaman pengguna dapat memoderasi hubungan antara komunikasi efektif dengan kepuasan pasien yaitu sebagai pengguna aplikasi *telemedicine*. Dengan ini hipotesis keempat yang diajukan adalah:

H4: Pengalaman pengguna memperkuat hubungan komunikasi efektif dan kepuasan pengguna aplikasi Halodoc secara signifikan.

5) Efek Moderasi Pengalaman Pengguna terhadap Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna

Kepuasan sendiri tidak terpengaruh oleh efek moderasi pengalaman, di mana pengalaman konsumen hanya memengaruhi tingkat kepuasan dalam aplikasi melalui kegunaan yang nantinya dirasakan sebagai kemudahan penggunaan oleh pengguna berpengalaman dan sebagai kemudahan akses dan kepercayaan oleh pengguna pemula (Cabanillas, Leiva, Ferná ndez, & Jesu ´s, 2015). Namun pada studi milik Rodger et al. (2005) menyatakan bahwa pengaruh kualitas sistem serta kualitas layanan atas kepuasan pengguna lebih berpengaruh bagi pengguna dengan pengalaman yang tinggi dibandingkan pengguna dengan pengalaman yang rendah (dalam Shao, Zhang, Chen, & Zhang, 2020). Hal ini didukung dengan hasil studi milik Lin & Bennett (2013) yang dilakukan di pasar ritel kota-kota besar China seperti Beijing, Shanghai, dan Shenzhen yang menunjukkan bahwa pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan ritel akan berdampak positif terhadap kepuasan mereka. Dengan ini hipotesis kelima yang diajukan adalah:

H5: Pengalaman pengguna memperkuat hubungan kualitas layanan dan kepuasan pengguna aplikasi Halodoc secara signifikan.

F. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

1. Definisi Konseptual

Definisi variabel berkaitan dengan konsep dan penelitian disebut dengan definisi konseptual (Leon, Suryaputri & Purnamaningrum, 2023). Variabel yang diteliti akan dibatasi oleh definisi konseptual. Setiap variabel riset ini memiliki definisi konseptual, antara lain:

a. Variabel Laten Eksogen (X)

Variabel eksogen disebut sebagai variabel memengaruhi variabel lain. Riset ini memiliki variabel eksogen antara lain:

1) Komunikasi Efektif

Komunikasi dalam Bahasa latin *communis* memiliki arti sama, *communication, communicare, communico* memiliki arti membuat sama (Mulyana, 2019: 46). Menurut John B. Hoben (dalam Mulyana, 2019: 61) mengungkapkan pengertian dari komunikasi merupakan pertukaran verbal pikiran atau gagasan. Komunikasi adalah metode transfer informasi yang diatur dalam kesepakatan tertentu (Prihanti, 2017: 37). Komunikasi efektif antara dokter-pasien menjadi faktor yang penting karena dapat meningkatkan hasil klinis pasien.

Komunikasi bagi George A. Miller (dalam Prihanti, 2017: 39) ialah proses pengiriman data yang diinformasikan dari suatu lokasi ke lokasi lain menggunakan media komunikasi. Cherry (dalam Prihanti, 2017: 39) menyatakan jika komunikasi mengaitkan bermacam elemen sikap yang didasarkan pada kesepakatan bersama (guna menggapai uraian yang saling memahami, dibutuhkan seperangkat ketentuan ataupun konvensi misal memakai bahasa kedokteran ataupun bahasa handal tertentu supaya kedua pihak paham). Komunikasi efektif merupakan komunikasi dengan tujuan agar komunikan paham dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator serta dapat memberikan umpan balik yang tepat sesuai dengan pesan tersebut (Prihanti, 2017).

2) Kualitas Layanan

Sachdev dan Verma (dalam Tjiptono & Chandra, 2016: 113) mengungkapkan definisi kualitas dari perspektif internal dimaknai sebagai *zero defect* atau melakukan secara benar dalam pertama kali dan sesuai dengan persyaratan. Sedangkan dari sudut pandang eksternal, kualitas dipahami sebagai impresi, harapan, kepuasan, sikap, serta kegembiraan pelanggan. Menurut Goetsch dan Davis

(2010), mutu dimaksud menjadi kondisi dinamis yang berkorelasi terhadap produk, jasa, sumber daya manusia, proses, serta lingkungan. Kualitas ini mencakup pemenuhan atau bahkan melebihi harapan yang ada (dalam Tjiptono & Chandra, 2016: 115). Tjiptono (2012) mengatakan kualitas pelayanan jasa adalah tingkat kecakapan yang diinginkan serta upaya pengendalian untuk mencapai tingkat kecakapan tersebut dengan tujuan untuk memenuhi keinginan pelanggan (dalam Sumarsid & Paryanti, 2022).

b. Variabel Laten Endogen (Y)

Variabel endogen merupakan variabel yang terpengaruh variabel lain. Penelitian ini memiliki variabel endogennya berupa:

1) Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna merupakan terpenuhinya harapan individu oleh hasil yang mereka dapatkan dari sistem tersebut (Suaryana, Damayanthi, & Merkusiwati, 2016). Menurut Engel et al. (1995), kepuasan dapat didefinisikan sebagai penilaian setelah konsumsi bahwa pilihan yang telah dibuat akhirnya memenuhi atau bahkan melebihi harapan (dalam Haeruddin & Haeruddin, 2020). Kepuasan pengguna adalah evaluasi yang dilakukan setelah konsumsi yang mengindikasikan bahwa pilihan yang diambil akhirnya memenuhi atau melebihi harapan (Haeruddin & Haeruddin, 2020). Kepuasan konsumen terjadi ketika produk yang dikonsumsi memenuhi atau melebihi harapan awal. Selain itu, kepuasan juga mencakup sikap emosional dan perasaan yang muncul setelah konsumsi. Kepuasan pelanggan tercipta dari komparasi dari harapan dan kenyataan yang diterima (Lokantari & Kristaung, 2022).

Kepuasan didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna merasa senang dengan hasil dari suatu pelayanan (Febiola & Samanhudi, 2022). Kepuasan pasien merujuk pada evaluasi menyeluruh yang diberikan oleh pasien selama masa perawatan dan dapat menjadi dasar untuk

meningkatkan daya saing (Tantarto, Kusnadi, & Sukandar, 2020). Kepuasan adalah evaluasi emosional seseorang terhadap tingkat puas atau tidak puas yang timbul akibat komparasi kinerja produk terhadap harapannya yang dimiliki (Ariadanan & Chusumastuti, 2022). Menurut Tjiptono (2018), kepuasan pelanggan merujuk pada kondisi psikologis pelanggan terkait dengan sejauh mana hasil yang diperoleh sesuai atau tidak sesuai dengan pengorbanan yang dilakukan (dalam Ariadanan & Chusumastuti, 2022). Melalui definisi di atas dapat ditarik kesimpulan definisi kepuasan pengguna merupakan perasaan akhir yang tercipta dari interaksi antara harapan dengan pengalaman pengguna setelah memanfaatkan produk atau aplikasi. Kepuasan pengguna dapat berarti sesuai atau tidak sesuai dengan harapan pengguna. Pengguna kecewa saat kinerja produk tidak memenuhi harapan mereka. Namun sebaliknya, pengguna akan puas ketika kinerja produk sesuai atau bahkan melebihi harapan pengguna.

c. Variabel Moderasi (Z)

Ghozali & Latan (2015) menyatakan variabel moderasi merupakan variabel yang menunjukkan korelasi dari variabel eksogen dan variabel moderator dalam memengaruhi variabel endogen. Riset ini mempunyai variabel moderasinya berupa:

1) Pengalaman Pengguna

Pengalaman adalah hasil dari serangkaian interaksi antara pelanggan dan produk, bisnis atau komponen organisasi yang menyebabkan terjadinya respons pada pelanggan (Sari, Rivai, & Amirrudin, 2021). Pengalaman adalah keadaan ketika pelanggan mengalami sensasi atau mendapatkan pengetahuan melalui interaksi dengan berbagai jenis layanan yang diberikan (Dewi, Ellitan, & Pradana, 2022). Pengalaman pengguna (*user experience*) merujuk pada bagaimana seseorang mengalami atau berinteraksi dengan sebuah produk digital saat digunakan (Thufailah & Hapsari, 2021).

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merujuk pada definisi mengenai teknik pengukuran atau perhitungan variabel penelitian. Skala pengukuran variabel menjadi aspek yang esensial dan perlu untuk dipertimbangkan (Leon, Suryaputri, & Purnamaningrum, 2023). Definisi operasional berfungsi sebagai panduan untuk mengukur suatu variabel. Definisi ini memberikan batasan terhadap variabel dengan menjelaskan secara rinci hal-hal yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur variabel tersebut. Untuk mencegah kesalahan interpretasi dalam penelitian ini maka disajikan definisi operasional. Berikut adalah definisi operasional dari riset ini:

a. Variabel Laten Eksogen (X)

1) Komunikasi Efektif

Hukum komunikasi efektif menurut Prijosaksoni et.al. (2002) terdiri atas 5 dimensi (seperti dikutip dalam Prihanti, 2017, hal. 46-49), yaitu :

- a) *Respect*
- b) *Empathy*
- c) *Audible*
- d) *Clarity*
- e) *Humble*

2) Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono & Chandra (2016) terdapat 5 dimensi pengukuran pelayanan (seperti dikutip dalam Febiola & Samanhudi, 2022) berupa:

- a) *Reliability* (Keandalan)
- b) *Responsiveness* (Daya Tanggap)
- c) *Assurance* (Jaminan)
- d) *Empathy* (Empati)
- e) *Tangibility* (Bukti Fisik)

b. Variabel Laten Endogen (Y)

1) Kepuasan Pengguna

Menurut Ribbink, et al., (2004) kepuasan pelanggan terkait mengenai empat pertanyaan (dalam Chabibah & Kusumayati, 2021), yaitu:

- a) Total kepuasan secara umum
- b) Keputusan pemberi pelayanan
- c) Kenyamanan dalam menggunakan layanan
- d) Kesenangan dalam menggunakan layanan

c. Variabel Moderasi (Z)

1) Pengalaman Pengguna

Variabel pengalaman menggunakan pengukuran yang diadopsi dari Sahin, et al. (2011) dan Brakus, et al. (2009) (dalam Pramita, 2019), yaitu:

- a) Kesan yang baik
- b) Pengalaman menyenangkan
- c) Membantu penyelesaian masalah
- d) Tindakan yang tepat
- e) Meningkatkan perasaan senang

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pendekatan kuantitatif akan diterapkan dalam riset ini. Tujuan digunakan pendekatan ini guna memeriksa teori dengan cara mengamati hubungan antara variabel (Creswell, 2017). Ciri khas penelitian kuantitatif adalah metodologi, perencanaan, dan struktur yang jelas mulai dari awal dan akhir riset. Menurut definisi lain, penelitian kuantitatif menjadi penelitian yang menekankan pemakaian angka dalam akumulasi data, interpretasi data, dan penyajian hasil penelitian (Siyoto & Sodik, 2015). Penelitian kuantitatif menggunakan paradigma positivistik yang berpendapat bahwa suatu hal dapat dianggap sebagai suatu besaran yang dapat diukur (Mulyadi, 2011). Paradigma positivistic bersifat objektif dengan asumsi “jika suatu hal itu ada, maka hal itu itu mengandung besaran yang dapat diukur” (Mulyadi, 2011). Jenis penelitian survei akan menjadi jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian survei adalah untuk mengungkapkan

kecenderungan, sikap, atau opini dari suatu populasi. Hal ini dilakukan melalui penelitian pada satu sampel yang dianggap mewakili populasi tersebut. (Creswell, 2017).

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Periode penelitian ini berlangsung dari Agustus 2023 hingga November 2023. Lokasi penelitian akan mengambil responden di daerah Yogyakarta dan Magelang. Alasan penulis mengambil lokasi tersebut adalah dikarenakan melihat dari ketersediaan sampel dan aksesibilitas. Karena pengguna Halodoc tersbar luas di Indonesia, peneliti memilih Yogyakarta dan Magelang didasarkan pada ketersediaan populasi dan memenuhi kriteria penelitian serta kemudahan akses peneliti. Penelitian akan dilakukan secara daring dengan menyebarkan kuesioner kepada responden melalui sosial media peneliti.

3. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Kata “populasi” menggambarkan wilayah yang luas yang terdiri dari objek dan orang yang jumlah dan kondisinya dipilih oleh peneliti sebagai fokus utama penelitian (Siyoto & Sodik, 2015). Dalam artian lain, populasi merupakan sekelompok objek yang menjadi target atau keseluruhan dari objek yang dapat menjadi sumber data penelitian. Penelitian ini memiliki populasi berupa pengguna aplikasi halodoc

Sampel dimaknai menjadi komponen dari populasi yang ditetapkan guna mewakili populasi. Sampel penelitian ini dari pengguna aplikasi Halodoc yang menggunakan layanan konsultasi *online*. Berusia 17 tahun atau lebih karena dianggap telah memiliki kemampuan untuk mengisi survei dan berdomisili di sekitar Yogyakarta sampai Magelang. Peneliti akan mengumpulkan data responden yang memenuhi kriteria secara daring dengan menyebarkan kuesioner penelitian melalui media sosial peneliti.

Metode pengambilan sampel yang akan dipakai adalah non-probabilitas. Di mana ketika melakukan pemilihan sampling tidak melibatkan unsur peluang yang setara pada setiap elemen anggota (Riyani, 2021). Jenis yang akan digunakan adalah purposive sampling. Ketentuan sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut ini:

- 1) Pengguna aplikasi Halodoc di Yogyakarta dan Magelang yang berusia 17 tahun ke atas.
- 2) Pengguna aplikasi Halodoc yang pernah menggunakan jasa konsultasi *online*.

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 184 yang jumlahnya sudah sesuai dengan rumus Hair. Di mana jumlah sampel yang dapat mewakili tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10 (Hair et al., 2010). Total indikator penelitian ini adalah 24 indikator. Sehingga jumlah responden sudah memenuhi jumlah minimum pengumpulan sampel.

4. Jenis Data

Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini. Menurut Siyoto dan Sodik (2015), data primer dikumpulkan secara langsung melalui sumber-sumber antara lain observasi, wawancara, dan survei (Siyoto & Sodik, 2015). Hasil temuan survey diberikan kepada sampel penelitian yang dijadikan sebagai sumber data utama untuk penelitian ini. Sementara itu, data sekunder merujuk pada data dari berbagai sumber yang sudah ada, seperti buku, jurnal, laporan, dan sumber-sumber lainnya (Siyoto & Sodik, 2015).

5. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam studi ini akan melibatkan penggunaan angket atau kuesioner. Mengumpulkan data adalah aspek yang sangat krusial dalam penelitian untuk mencapai tujuan penelitian dengan sukses (Siyoto & Sodik, 2015). Responden dalam penelitian ini akan diminta untuk mengisi kuesioner secara tertutup, di mana mereka dapat memilih jawaban yang telah disediakan secara langsung. Dalam kuesioner akan diberikan 5 opsi jawaban menggunakan Skala Likert.

Skala Likert merupakan parameter psikometrik yang dipakai secara luas serta menjadi parameter pengukuran yang populer untuk mengetahui pendapat atau sikap dalam penelitian berupa survey (Taluke, Lakat, & Sembel, 2019). Kategori respon skala likert dapat dilihat sebagai berikut ini:

Tabel 1. 2
Skala Liekert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Penulis

6. Pengolahan dan Analisis Data

a. Analisis Data

Definisi dari *Structural Equation Modeling* adalah metode statistik yang diaplikasikan guna membentuk serta mengevaluasi model statistik yang umumnya berbentuk korelasi (Sarwono & Narimawati, 2015). *Partial Least Square* adalah metode prediktif yang menjadi opsi *ordinary least square*, korelasi kanonik atau pemodelan persamaan struktural (Sarwono & Narimawati, 2015). PLS akan berfungsi saat sebagian variabel bebas atau prediktor saling terhubung atau disaat jumlah prediktor melampaui jumlah kasus.

SEM-PLS menjadi preferensi untuk memakai analisis SEM ketika data tidak memiliki distribusi normal. Dalam SEM-PLS, variasi dalam variabel laten endogen yang diterangkan ditingkatkan dengan menggunakan estimasi korelasi model parsial melalui serangkaian iterasi regresi kuadrat terkecil biasa (OLS). Tujuan penggunaan SEM-PLS untuk memaksimalkan variable-variabel endogenous (tergantung) yang dijelaskan.

Menurut Monevke & Leisch (2012), SEM-PLS memiliki tiga komponen yang menjadi fitur khususnya. Ketiga komponen tersebut meliputi model struktural, model pengukuran, dan skema pembobotan (dalam Sarwono & Narimawati, 2015). SEM-PLS hanya memperbolehkan model korelasi antar variabel yang searah (rekursif). Analisis SEM-PLS terdiri atas pengukuran *outer model* dan *inner model* (Ghozali & Latan, 2015:7).

Variabel yang diamati, mencerminkan pengukuran variabel laten dan dapat dijelaskan oleh model penelitian. Pada saat yang sama, model struktural menggambarkan efek perkiraan antara konstruksi. Indikator variabel laten SEM-PLS memiliki sifat reflektif dan formatif. Indikator refleksif (Mode A) mengikuti teori uji tradisional dan merupakan indikasi dalam bentuk manifestasi konstruksi. Asumsikan bahwa true score dan error bersama-sama membentuk variance dari nilai variabel laten. Di sisi lain, Indikator formatif adalah indikator yang mendefinisikan fitur atau menjelaskan struktur (Mode B) (Ghozali & Latan, 2015: 8)

Menurut Wold (1980) PLS memiliki sifat distribution-free artinya penilaian model PLS didasarkan atas orientasi prediksi yang berupa non-parametrik (dalam Ghozali & Latan, 2015). Model analisis yang dipakai dalam PLS terdiri atas *outer model* dan *inner model*. Validitas serta reliabilitas model dinilai menggunakan model eksternal. Validitas konvergen serta diskriminan dari indikator pembentuk konstruk laten, serta reliabilitas komposit dan cronbach alpha digunakan sebagai indikator dalam mengevaluasi model eksternal dengan indikator refleksif (Mode A). Sementara menurut Chin (1998) untuk outer model yang menggunakan indikator formatif (Mode B) akan diukur melewati *substantive content* dengan mengkomparasikan nilai dari relative weight serta memperhatikan nilai signifikansinya (dalam Ghozali & Latan, 2015:73).

Tabel 1. 3

Rangkuman Rule of Thumb Evaluasi Model Pengukuran (Mode A)

Validitas dan Reliabilitas	Parameter	Rule of Thumb
<i>Convergent Validity</i>	<i>Loading Factor</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Confirmatory Research : > 0.70</i> ● <i>Confirmatory maupun Explanatory Research : > 0.60</i>

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Confirmatory</i> atau <i>Explanatory</i> Research : > 0.50 • <i>Confirmatory</i> atau <i>Explanatory</i> Research : > 0.50
<i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loading</i>	Setiap variabel > 0.70
	Asosiasi konstruk laten dan akar kuadrat AVE	Akar kuadrat AVE > Korelasi antar Konstruk Laten
Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Confirmatory</i> Research : > 0.70 • <i>Explanatory</i> Research : > 0.60
	<i>Composite Reliability</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Confirmatory</i> Research : > 0.70 • <i>Explanatory</i> Research : 0.60 – 0.70

Sumber: Gozali & Latan (2015)

Korelasi variabel laten diestimasi menggunakan analisis *inner model*. Nilai *R-square* dari konstruksi laten endogen digunakan untuk menentukan proporsi varian yang dijelaskan oleh *inner model*. *Predictive relevance* dapat diperiksa dengan uji *Stone-Geisser*. Sementara itu, prosedur *resampling* (*jackknifing* dan *bootstrapping*) dapat digunakan untuk mendapatkan estimasi yang stabil untuk menganalisis kepentingan prediktif dan varians rata-rata yang ditemukan untuk prediktabilitas (Ghozali & Latan, 2015: 73).

Tabel 1. 4**Rangkuman Rule of Thumb Evaluasi Model Struktural**

Kriteria	Rule of Thumb
<i>R-Square</i>	Menurut Chin (1998), angka 0.63, 0.33, dan 0.19 mengindikasikan model yang kuat, moderat, dan lemah secara berturut-turut. Sedangkan menurut Hair et al. (2011), angka 0.75, 0.50, dan 0.25 menunjukkan model yang kuat, moderat, dan lemah secara berurutan.
<i>Effect Size f^2</i>	Angka 0.02, 0.15, dan 0.35 menunjukkan ukuran yang kecil, menengah, dan besar secara berurutan.
<i>Q² Predictive Relevance</i>	Q ² > 0 mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif. Namun, untuk Q ² < 0 mengindikasikan bahwa model kurang memiliki relevansi prediktif.
<i>q² Predictive Relevance</i>	Angka 0.02, 0.15, dan 0.35 menggambarkan tingkat kelemahan, keterbatasan, moderat, dan kekuatan secara berurutan.
<i>Significance (two-tailed)</i>	t-value 1.65 (<i>significance level</i> = 10%), 1.96 (<i>significance level</i> = 5%), dan 2.58 (<i>significance level</i> = 1%)

Sumber: Ghozali & Latan (2015)

Analisis SEM-PLS umumnya terdiri dari dua bagian, yaitu model pengukuran yang melibatkan model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*) (Ghozali & Latan, 2015: 7). Peneliti akan menggunakan metode SEM PLS dengan software SmartPLS 3.0. Software ini dapat diunduh

melalui www.smartpls.com yang dapat digunakan melalui Mac atau Windows. Measurement model menjelaskan cara variabel manifest menggambarkan variabel laten dalam suatu proses pengukuran (Ghozali & Latan, 2015: 7).

Tahapan analisis outer model digunakan untuk menguji validitas serta reliabilitas model (Ghozali & Latan, 2015: 73). Chin (1998) menyatakan bahwa dalam analisis outer model, penilaian indikator reflektif dapat dengan melihat validitas konvergen dan validitas diskriminan dari indikator yang membentuk variabel laten. Selain itu juga diperhitungkan dari *composite reliability* dan *cronbach alpha* bagi kelompok indikator tersebut. Evaluasi pada outer model dilakukan dengan menilai *substantive content*. Hal ini melibatkan penilaian terhadap *relative weight* dari indikator-indikator tersebut, serta memperhatikan signifikansi dari indikator konstruksya (seperti dikutip dalam Ghozali & Latan, 2015).

Struktural model mengilustrasikan keterkaitan dari variabel eksogen dengan variabel endogen (Sholiha & Salamah, 2015). Dalam Ghozali & Latan (2015: 7) *structural model* mengindikasikan kekuatan perkiraan antar variabel laten atau konstruk. Analisis inner model dapat dilakukan dengan melihat besarnya presentase variance. Cara untuk mengamati nilai R-Square pada variabel laten endogen adalah dengan menganalisis *predictive relevance*. Untuk mengujinya dapat digunakan Stone Geisser Test Average dan Variance Extracted (AVE). Untuk mendapatkan estimasi yang stabil, dapat dilakukan prosedur resampling seperti jackknifing dan bootstrapping.

Analisis model PLS melibatkan evaluasi terhadap outer model dan inner model. Proses analisis data dapat dijelaskan melalui tahapan berikut ini:

1) Measurement Model (Outer Model)

a) Convergent Validity

Convergent Validity terkait konsep bahwa manifest variable satu konstruk sebaiknya berkorelasi tinggi. Dalam SEM-PLS, untuk mengevaluasi validitas konvergen dapat diperhatikan nilai loading factor setiap indikator. Menurut Rule of Thumb, nilai loading factor sebaiknya lebih besar dari 0,7. Selain itu, Ghozali & Latan (2015: 74) menyatakan

bahwa Average Variance Extracted (AVE) sebagai pengujian validitas konvergen wajib lebih besar dari 0,5.

b) Discriminant Validity

Evaluasi discriminant validity dapat memperhatikan nilai cross loading. Masing-masing variabel harus bernilai lebih dari 0,7. Menurut Fornell dan Larcker (1981), alternatif pengukuran validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar kuadrat AVE masing-masing konstruk terhadap nilai korelasi antara konstruk-konstruk pada model. Rekomendasi nilai kuadrat AVE adalah lebih besar dibandingkan 0,50 (dalam Ghozali & Latan, 2015: 74).

c) Uji Reliabilitas

Dalam menentukan akurasi, konsistensi, serta ketepatan instrumen penelitian dapat digunakan uji reliabilitas. Menurut Ghozali & Latan (2015) untuk mengevaluasi reliabilitas dengan indikator refleksif menggunakan SEM-PLS dapat dilangsungkan dengan Composite Reliability di mana hasilnya wajib lebih besar dibanding 0,7.

2) Structural Model (Inner Model)

a) R-Square

Evaluasi dapat dilakukan dengan meninjau R-Square masing-masing variabel endogen untuk indikator kekuatan prediksi model. Model kuat, moderat, dan lemah dapat diindikasikan dari hasil R-Square 0.75, 0.50, dan 0.25 secara berurutan (Ghozali & Latan, 2015: 78).

b) Path Coefficients

Selanjutnya, evaluasi dilakukan dengan memperhatikan estimasi path coefficients di mana nilai yang diestimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural perlu diuji dari segi kekuatan dan signifikansinya. Koefisien jalur (path coefficients) selalu merupakan koefisien jalur yang telah distandarisasi. Melalui proses standardisasi, bobot jalur dapat berfluktuasi dari -1 hingga +1. Jalur dengan hubungan positif yang paling kuat direfleksikan dari bobot koefisien jalur yang mendekati nilai +1. Hubungan negatif yang kuat direfleksikan jika bobot yang mendekati

nilai -1 (Marliana, 2020). Sedangkan jalur yang paling lemah direfleksikan dari nilai bobot yang mendekati 0 (Garson, 2016: 58).

c) Analisis Bootstrapping T-Statistic

Bootstrapping dilakukan untuk melihat nilai signifikansi. Nilai signifikansi 5% dengan melihat nilai T-Statistic dengan menggunakan standar nilai lebih besar daripada >1.96 .

d) Predictive Relevance Q^2 dan q^2

Q^2 atau yang diartikan sebagai *predictive sample reuse* adalah analisis yang menunjukkan *synthesis* dari *cross-validation* serta fungsi *fitting* menggunakan perkiraan *observed variable* serta perkiraan parameter konstruk. Apabila nilai $Q^2 > 0$, ini menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif. Namun, jika nilai $Q^2 < 0$, ini mengindikasikan tingkat relevansi prediktif yang rendah dalam model.

q^2 digunakan untuk mengukur pengaruh relatif model struktural terhadap pengukuran observasi pada variabel laten endogen. q^2 predictive relevance bernilai 0.02, 0.15, 0.35 menyatakan lemah, moderat, dan kuat.

e) Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)

SRMR adalah sebuah ukuran yang mengindikasikan sejauh mana model peneliti sesuai dengan data yang diamati. Ukuran ini digunakan dalam mengukur disimilaritas matriks korelasi yang diamati serta matriks korelasi yang diimplikasikan oleh model. Artinya, SRMR merefleksikan besarnya disimilaritas tersebut secara rata-rata. Jika semakin rendah nilai SRMR maka akan semakin baik kesesuaian modelnya. Menurut Hu & Bentler (1998), secara umum, model dianggap memiliki kesesuaian yang baik jika nilai SRMR kurang dari 0,08. Namun terdapat penelitian lainnya yang menggunakan batasan lebih longgar, yaitu jika nilai SRMR lebih kecil dari 0,10 maka sudah dapat dinyatakan baik (dalam Garson, 2016: 68)

H. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian akan berlangsung seperti di bawah ini:

Tabel 1. 5
Jadwal Penelitian

No.	Tahap Penelitian	Waktu Penelitian											
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sept	Okt	Nov	Des
1.	Penyusunan proposal												
2.	Pengumpulan data												
3.	Analisis data												
4.	Penyusunan laporan akhir												

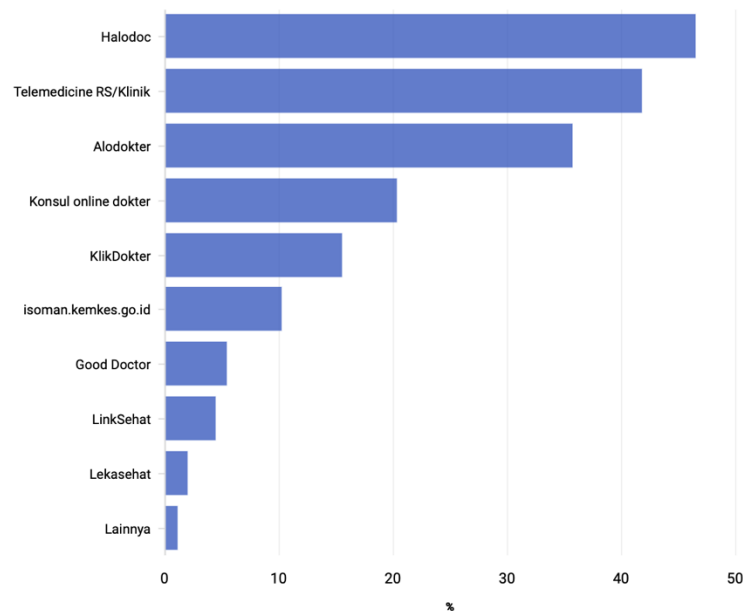
Sumber: Penulis

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Profil Pengguna Halodoc

Hasil survei yang melibatkan 2.108 responden yang berusia 16 tahun ke atas di seluruh Indonesia milik Katadata Insight Center (KIC), Halodoc menjadi *telemedicine* yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase mencapai 46,5% (Annur, databoks, 2022). Didukung dengan hasil statistik penyebaran pengguna layanan *telemedicine* dan fasilitas kesehatan yang paling banyak di gunakan di Indonesia sebagai berikut ini:

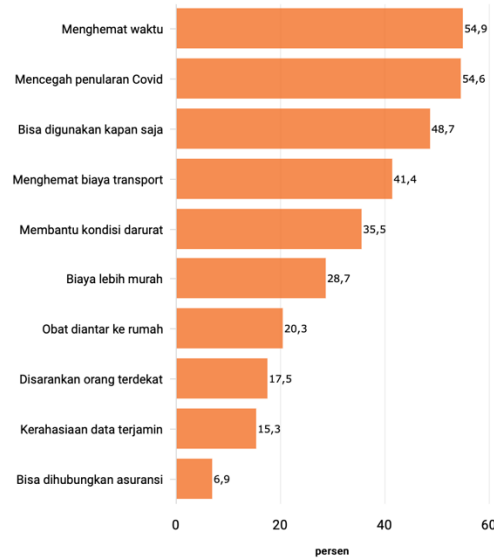


Gambar 2. 1 Layanan Telemedicine yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia

Sumber: Katadata.co.id, 2022

Sama halnya berdasarkan data dari Top Brand tahun 2023, sebesar 67,6% dari total 8500 peserta survei memilih Halodoc menjadi pilihan utama mereka dalam kategori *telemedicine* (Rainer, 2023). Pengguna aktif aplikasi Halodoc sudah mencapai 20 juta pengguna yang mencakup hampir seluruh bagian Indonesia, termasuk wilayah terpencil seperti Aceh, Nusa Tenggara, Maluku, dan Papua (Halodoc, 2021). Alasan penggunaan layanan *telemedicine* sebagian besar adalah untuk menghemat waktu, kemudian diikuti

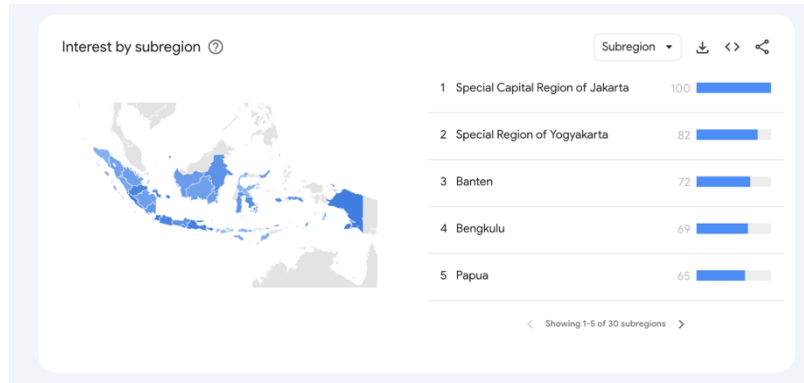
untuk menghindari risiko penularan Covid-19, dapat diakses secara fleksibel kapanpun dan di mana pun serta untuk mengurangi pengeluaran biaya transportasi (Setyowati, 2022).



Gambar 2. 2 Alasan Responden Menggunakan Layanan Telemedicine

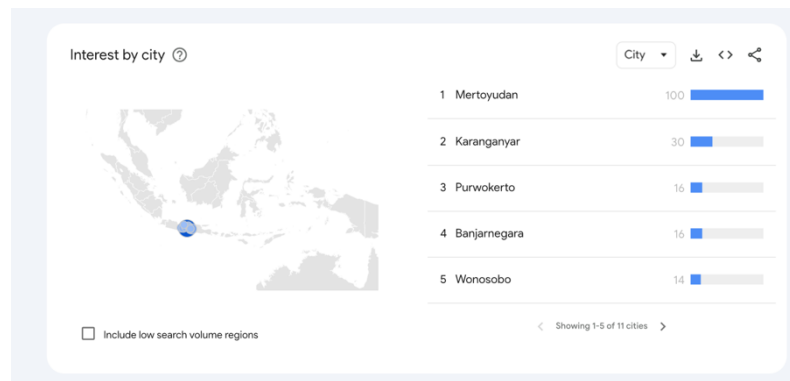
Sumber: Katadata.co.id, 2022

Tercatat pada Google Trends periode Desember 2023 pencarian Halodoc di wilayah Yogyakarta berada di peringkat kedua terbanyak setelah DKI Jakarta dan wilayah Jawa Tengah berada di peringkat 15 dengan lokasi Mertoyudan, Magelang yang menduduki peringkat pertama dalam proporsi pencarian Halodoc yang paling tinggi. Hal ini menandakan bahwa penduduk di Yogyakarta dan Magelang banyak mengakses layanan pemeriksaan kesehatan melalui aplikasi Halodoc. Berikut ini gambar persebaran Google Trends Halodoc di wilayah Yogyakarta dan Magelang:



Gambar 2. 3 Google Trends Halodoc Untuk Wilayah Yogyakarta

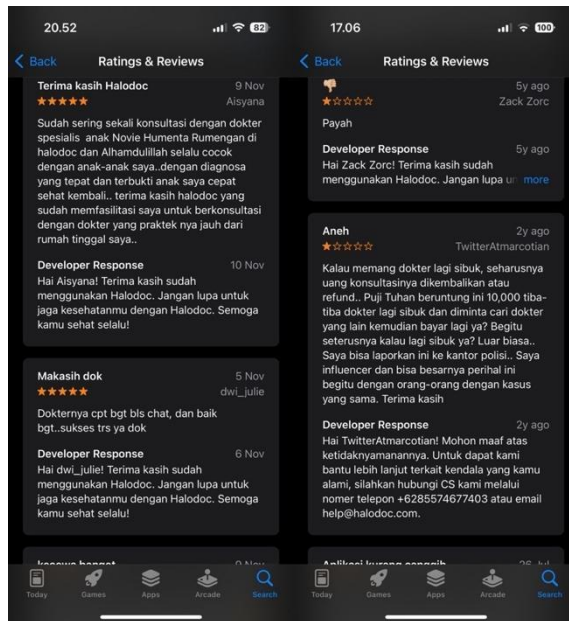
Sumber: Google Trends, 2023



Gambar 2. 4 Google Trends Halodoc Untuk Wilayah Magelang

Sumber: Google Trends, 2023

Pasca penggunaan layanan Halodoc tentu muncul beragam ulasan yang mencerminkan pengalaman positif dan negatif pengguna. Hal tersebut dapat dilihat melalui kolom ulasan pada appstore untuk mengunduh aplikasi Halodoc. Ditemukan ulasan positif berupa pengguna yang merasa puas dengan pelayanan yang baik, ramah, respon yang cepat, penjelasan yang mudah dipahami, dan ketepatan dalam memberi diagnosa. Namun terdapat juga ulasan negatif yang diberikan oleh pengguna Halodoc dikarenakan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Sebagai contoh dokter yang tidak membalas pesan pasien, obat yang tidak diantar, *chat* dokter yang tidak direspon dan beberapa permasalahan lainnya. Dapat dilihat bahwa belum semua pengguna layanan Halodoc sudah merasa puas dengan layanan yang diberikan. Ulasan ini dapat dilihat dalam tangkapan layar seperti berikut ini:



Gambar 2. 5 Ulasan Pengguna Halodoc

Sumber: Peneliti

B. Profil Perusahaan

Halodoc adalah perusahaan telekomunikasi kesehatan di Indonesia dengan fokus pada layanan konsultasi kesehatan berbasis *online*. Halodoc didirikan oleh Jonathan Sudharta pada tahun 2016. Sebagai perusahaan telekomunikasi kesehatan, Halodoc bekerjasama dengan 19.000 dokter berlisensi, 1.000 apotek bersertifikat melalui layanan pengiriman medis ApotikAntar dan layanan laboratorium medis berlisensi (Crunchbase, 2023). Pada saat peluncuran tanggal 21 April 2016, Halodoc berhasil mendaftarkan 16.000 dokter ke dalam database dan lebih dari 600 dokter telah aktif secara *online* (Melinda & Setiawati, 2022).

Tahun 2018 Halodoc berhasil menjadi pemenang Forbes Indonesia Choice Award dan pemenang Dalen Growth's sebagai Most Innovative HealthTech Startup in Asia. Pada tahun 2021, pengguna aktif bulanan Halodoc tercatat menyentuh angka 20 juta pengguna dari berbagai daerah, termasuk daerah terluar seperti Aceh, Nusa Tenggara, Maluku, dan Papua (Halodoc, 2021). Tahun 2021, Halodoc juga sudah berhasil bekerjasama dengan 20.000 dokter dan 4.000 penyedia layanan kesehatan seperti rumah sakit hingga apotek (Burhan, 2021). Pada 2023 Halodoc mendapatkan

penghargaan lain berupa Marketeers Youth Choice Award (YCA) 2023, Fortune Indonesia Change the World, Katadata25: The Game Changer in Digital serta PPKM Award 2023 dari Pemerintah Indonesia (Reza, 2023).



Gambar 2. 6 Logo Halodoc

(<https://www.halodoc.com/media> diakses pada tanggal 11 Oktober 2023)

Bedasarkan survey Katadata Insight Center (KIC), Halodoc menjadi layanan *telemedicine* yang paling banyak digunakan dengan presentasi sebanyak 46,5%. Sebanyak 20,3% responden juga melakukan konsultasi *online* dengan dokter (Annur, Layanan Telemedicine yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia, Apa Saja?, 2022). Halodoc memberikan fasilitas untuk berkonsultasi dengan dokter, membeli obat dan pemeriksaan laboratorium melalui gadget. Tujuan Halodoc sendiri merupakan *simplifying healthcare*. Artinya Halodoc ingin memberikan kemudahan dalam akses kesehatan bagi masyarakat di Indonesia. Melalui Halodoc seorang pengguna dapat melakukan konsultasi kondisi kesehatan mereka dengan dokter secara *online*. Setelah mendapatkan diagnosis kemudian pasien akan diberikan resep obat yang sesuai dan pasien dapat langsung membeli obat tersebut

Halodoc telah diakui sebagai salah satu platform telehealth yang memberikan dampak positif pada sektor kesehatan dan mendapat status “diawasi” dalam program Regulatory Sandbox oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Hal ini mencerminkan komitmen dan kemitraan yang kuat antara Halodoc dan Kementerian Kesehatan, memastikan pengawasan partisipatif untuk melindungi penyelenggara Inovasi Kesehatan Digital (IDK), konsumen, dan petugas kesehatan sebagai mitra inovasi digital. Platform ini juga telah menerima sederet penghargaan bergengsi, termasuk masuk dalam daftar 150 Kesehatan Digital CB Insights pada 2019-2020 dan menerima Penghargaan PPKM 2023 dari pemerintah Indonesia (Halodoc.com, Diakses pada tanggal 11 Oktober 2023).

Halodoc bekerja sama erat dengan pemerintah untuk mempercepat kemajuan teknologi di industri kesehatan, termasuk melalui inisiasi regulasi telehealth sebagaimana yang diuraikan dalam Kementerian Kesehatan (Kemenkes) Republik Indonesia. Kemenkes telah menerapkan Regulatory Sandbox untuk memfasilitasi penyelenggara Inovasi Kesehatan Digital (IDK) seperti Halodoc. Melalui Regulatory Sandbox ini, Kemenkes menyediakan 'ruang aman' bagi Halodoc dan penyelenggara Inovasi Kesehatan Digital (IDK) lainnya untuk bermitra dengan pemerintah dalam mengembangkan inovasi yang berkelanjutan dan berkualitas tinggi, sambil menjaga keselamatan pengguna sebagai prioritas utama. Halodoc saat ini telah bersertifikat ISO 27001 dan ISO 27701 (Halodoc, 2023).

C. Visi dan Misi

1. Visi

- a. Simplifying healthcare. Artinya Halodoc ingin memberikan kemudahan dalam akses kesehatan bagi masyarakat di Indonesia.
- b. Membantu membawa layanan kesehatan yang lebih baik ke jutaan orang Indonesia.

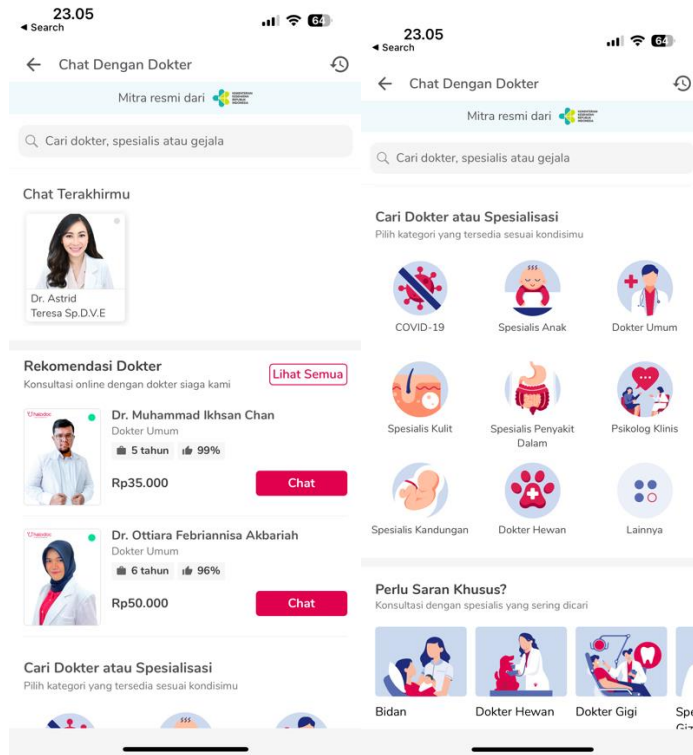
2. Misi

Menyederhanakan akses kesehatan dengan mengatasi masalah pengguna melalui layanan yang mudah diakses, handal, dan berkualitas.

D. Layanan Halodoc

Halodoc menawarkan beberapa layanan kesehatan yang terbagi menjadi Layanan Utama dan Layanan Khusus. Layanan Utama diantaranya adalah *Chat* dengan Dokter, Toko Kesehatan, Buat Janji *Offline*, dan Layanan Home Lab & Vaksinasi. Sedangkan untuk Layanan Khusus terdapat Perawatan Kanker, Layanan Bidan, Test Covid-19, Kesehatan Mental, Kesehatan Seksual, dan layanan lainnya. Berikut ini adalah Layanan Khusus yang dimiliki oleh Halodoc:

1. Chat dengan Dokter



Gambar 2. 7 Tampilan Layanan Chat dengan Dokter

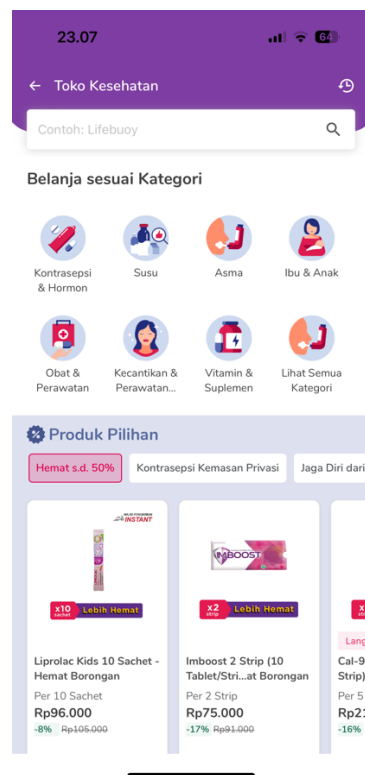
Sumber: Peneliti

Layanan *Chat* dengan Dokter memungkinkan penyedia layanan (dokter) berkomunikasi dengan pengguna melalui panggilan video, panggilan suara, dan obrolan yang dapat diakses melalui Platform Halodoc. Pengguna dapat menyesuaikan kebutuhan mereka dengan dokter yang sesuai, seperti dokter umum, dokter spesialis kulit, dokter spesialis anak, dokter spesialis penyakit dalam, dan masih banyak lagi. Dalam layanan ini, pengguna dapat memilih dokter berdasarkan kategori seperti pengalaman bekerja, jenis kelamin, dan harga konsultasi. Kategori pengalaman dokter dimulai dari di bawah 5 tahun, 5-10 tahun, dan lebih dari 10 tahun. Sedangkan untuk pilihan harga konsultasi dimulai dari di bawah Rp25.000, Rp25.000 – 75.000, dan di atas Rp100.000.

Pengguna Halodoc dapat menghubungi Penyedia Layanan Kesehatan yang berstatus *online*. Melalui layanan ini, pengguna dapat melakukan konsultasi kesehatan langsung dari gadget mereka di manapun dan kapanpun. Dalam aplikasi

Halodoc sendiri penggunaanya diberi batasan waktu konsultasi selama 30 menit. Pengguna juga dapat melakukan pembatalan layanan yang sudah dijadwalkan dengan Penyedia Layanan maksimal 45 menit sebelum konsultasi dimulai. Jika pengguna tidak hadir pada jadwal konsultasi, maka dana tidak akan dikembalikan kepada pengguna. Namun, ketika Penyedia Layanan tidak muncul dalam waktu 10 menit setelah jadwal ditetapkan, Halodoc akan mengembalikan dana pengguna sesuai prosedur uang berlaku.

2. Toko Kesehatan



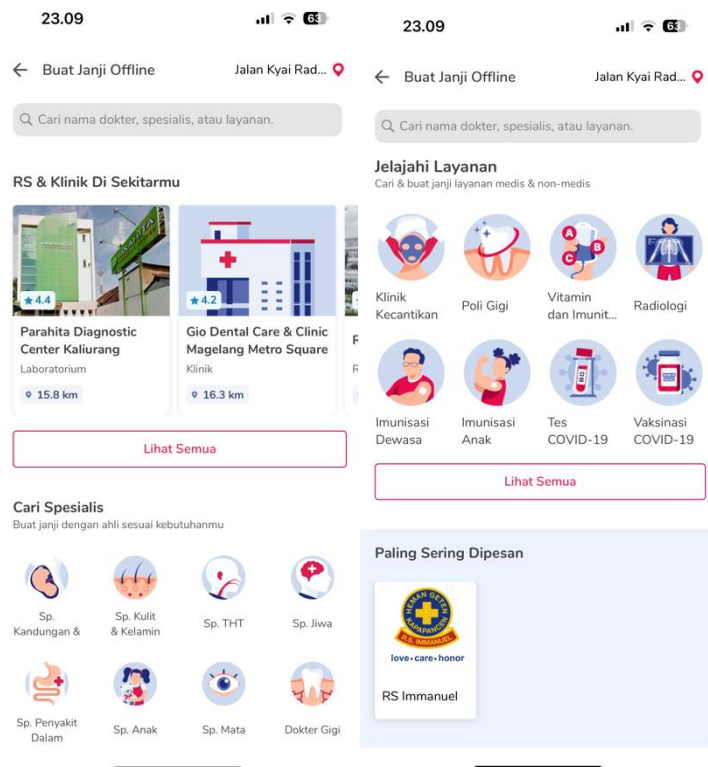
Gambar 2. 8 Tampilan Layanan Toko Kesehatan

Sumber: Peneliti

Layanan Toko Kesehatan adalah layanan yang diatur oleh PT Mensa Medika Investama. Layanan ini juga terintegrasi dengan fitur GOMED di aplikasi Gojek yang menjadi salah satu mitra Halodoc dalam bidang logistik. Pengguna Halodoc dapat berbelanja kebutuhan kesehatan sesuai dengan kebutuhan mereka dan juga dapat menebus resep obat yang diberikan oleh dokter. Melalui layanan ini, pengguna

Halodoc dapat membeli obat secara *online*, kecuali untuk obat yang termasuk dalam kategori narkotika, psikotropika, dan obat keras tertentu. Halodoc juga telah bekerjasama dengan beberapa toko resmi ternama seperti Guardian, Watsons, Century, Viva Apotek, Wellings, Mitrasana, dan masih banyak lagi.

3. Buat Janji Offline



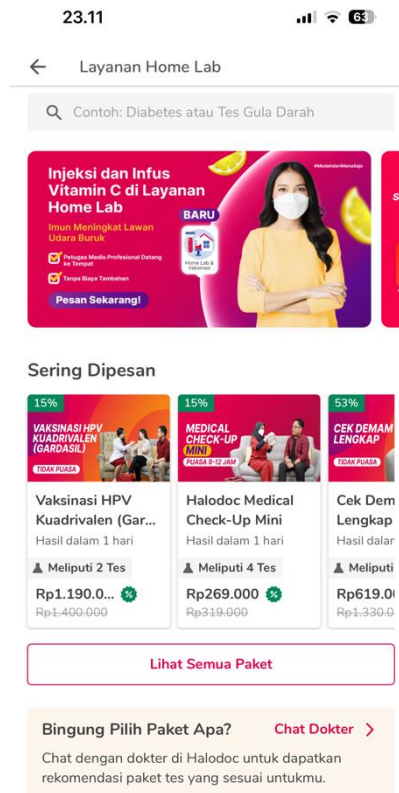
Gambar 2. 9 Tampilan Layanan Buat Janji Offline

Sumber: Peneliti

Layanan Buat Janji *Offline* berfungsi untuk menjadwalkan pertemuan dengan penyedia layanan kesehatan yang terdapat di dalam *platform* Halodoc. Layanan ini akan menyesuaikan lokasi pengguna yang kemudian akan diberikan rekomendasi rumah sakit dan klinik yang ada di sekitar pengguna. Selain itu, pengguna Halodoc juga bisa membuat janji temu dengan berbagai macam dokter yang ada di sekitar pengguna tanpa harus antri, tanpa harus menelfon, dan praktis. Apabila terdapat perubahan atau pembatalan jadwal dari penyedia Layanan yang

telah dipilih oleh pengguna, maka pengguna akan menerima konfirmasi mengenai perubahan jadwal tersebut melalui Halodoc.

4. Home Lab & Vaksinasi



Gambar 2. 10 Tampilan Home Lab & Vaksinasi

Sumber: Peneliti

Layanan *Home Lab* & Vaksinasi memudahkan pengguna yang tidak dapat pergi ke laboratorium untuk melakukan pemeriksaan laboratorium. Sama halnya dengan Layanan *Buat Janji Offline*, layanan ini akan menyesuaikan lokasi penggunaannya untuk menemukan fasilitas kesehatan yang paling dekat. Pengguna dapat memilih tipe pemeriksaan laboratorium berdasarkan opsi yang ada dalam fitur Layanan *Home Lab* atau sesuai dengan rekomendasi dokter. Jadwal dan jenis paket pemeriksaan

laboratorium yang dipilih pengguna akan disesuaikan dengan jadwal yang disediakan oleh laboratorium mitra Halodoc.

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

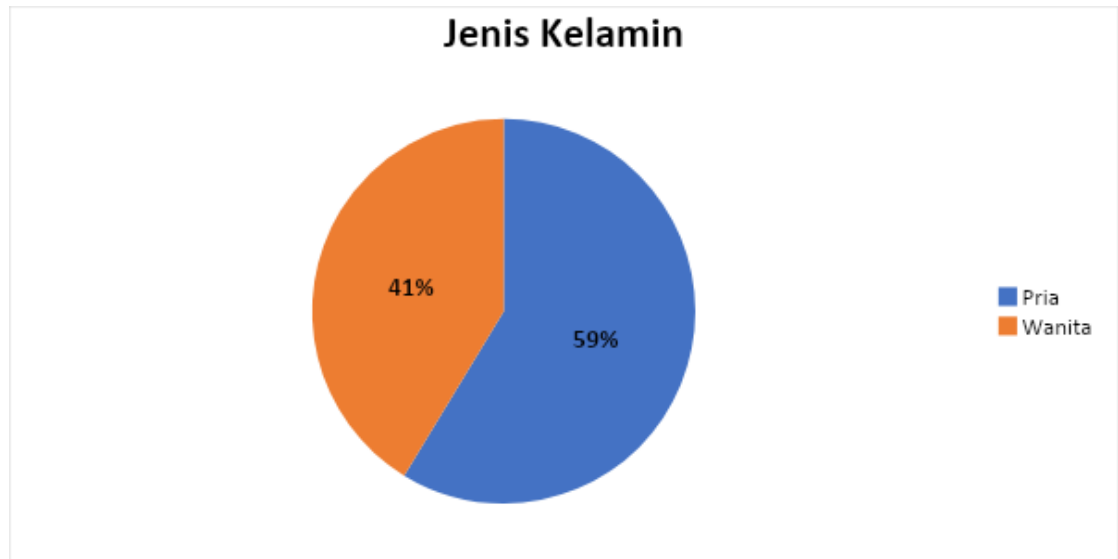
Setelah menyelesaikan tahap pengumpulan data, selanjutnya adalah pemaparan hasil temuan dari pengisian instrumen penelitian berupa kuesioner yang dibagikan secara *online*. Hasilnya didapatkan 184 responden pengguna Halodoc yang pernah menggunakan jasa *chat* dengan dokter di wilayah Yogyakarta dan Magelang. Data yang diperoleh akan dipaparkan dalam bentuk tabel serta diagram dan akan ditarik kesimpulan terhadap hasil dari masing-masing indikator yang diteliti. Masing-masing variabel akan diberikan kode berupa Komunikasi Efektif (KE), Kualitas Layanan (KL), Pengalaman Pengguna (PP), dan Kepuasan Pengguna (KP). Sebelum menyebarkan kuesioner kepada sampel, peneliti terlebih dahulu melakukan *wording test* kepada 10 orang untuk mengetahui apakah terdapat pernyataan yang sulit dipahami.

1. Deskripsi Data Responden

Sebelum responden mengisi pernyataan dalam kuesioner, responden diminta untuk mengisi data pribadi untuk keperluan skrining. Skrining tahap pertama adalah pertanyaan mengenai apakah pernah menggunakan Halodoc. Jika responden menjawab Ya maka responden akan lanjut ke bagian data diri. Data tersebut terdiri atas nama (optional), jenis kelamin, usia, pekerjaan, domisili, dan frekuensi penggunaan Halodoc. Namun, ketika responden pada tahap skrining menjawabn tidak pernah menggunakan Halodoc, maka responden akan diarahkan langsung ke bagian akhir google form karena tidak memenuhi syarat responden dan tidak bisa mengisi pernyataan.

Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori jenis kelamin terdiri sata dua pilihan, yaitu Pria dan Wanita. Berikt ini merupakan hasil data yang didapatkan:



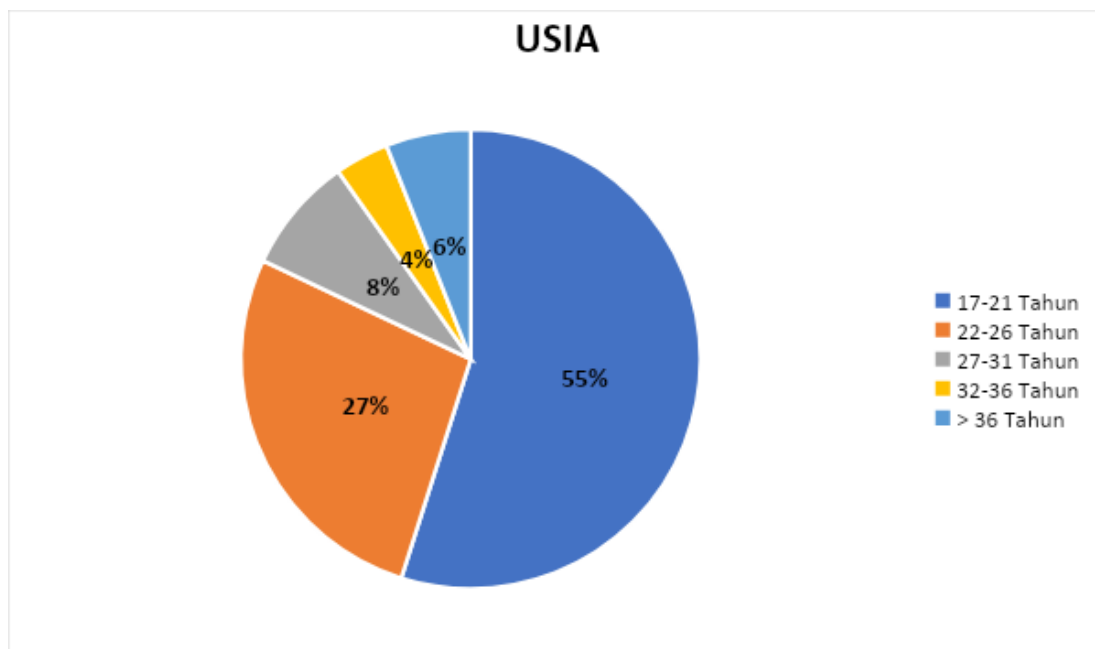
Gambar 3. 1 Diagram Pie Persentase Jenis Kelamin

Sumber: Peneliti

Berdasarkan diagram di atas dapat dilihat bahwa pengguna Layanan *Chat* dengan Dokter di Halodoc terdiri atas 59% pria dengan jumlah 108 responden dan 41% Wanita dengan jumlah 76 responden. Dapat ditarik kesimpulan jika pengguna layanan *chat* dengan dokter adalah pria. Namun juga sebagian besar wanita juga menggunakan layanan tersebut.

Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan kategori usia responden terdapat lima kategori usia, yaitu 17-21 tahun, 22-26 tahun, 27-31 tahun, 32-36 tahun dan lebih dari 36 tahun. Berikut ini hasil perolehan data penelitian:



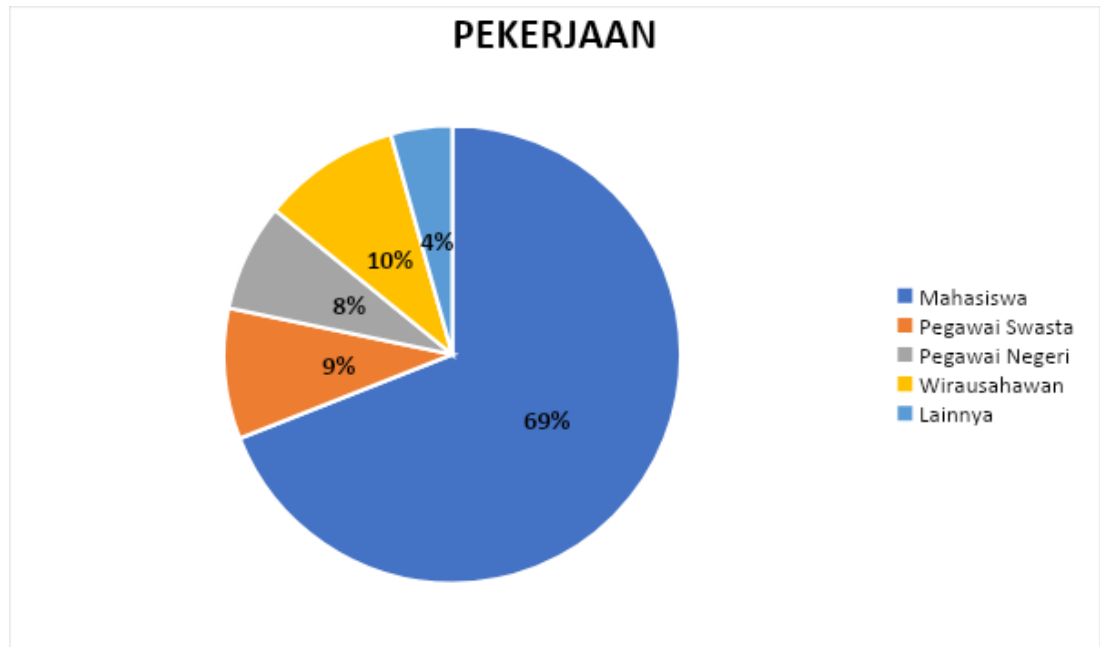
Gambar 3. 2 Diagram Pie Persentase Usia

Sumber: Peneliti

Melalui diagram di atas dapat dilihat bahwa pengguna Halodoc didominasi oleh kategori usia 17-21 tahun sebanyak 55% atau 101 responden, usia 22-26 tahun sebanyak 27% atau 50 responden, usia 27-31 tahun sebanyak 8% atau 15 orang, usia 32-36 tahun sebanyak 4% atau 7 responden dan lebih dari 36 tahun sebanyak 6% atau 11 responden. Dari data ini dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas pengguna layanan adalah remaja-dewasa dengan umur 17-21 tahun.

Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dalam penelitian ini latar belakang pekerjaan responden penelitian terdiri atas kategori mahasiswa, pegawai swasta, pegawai negeri, wirausahawan dan lainnya. Berikut ini merupakan perolehan hasil data pekerjaan responden:



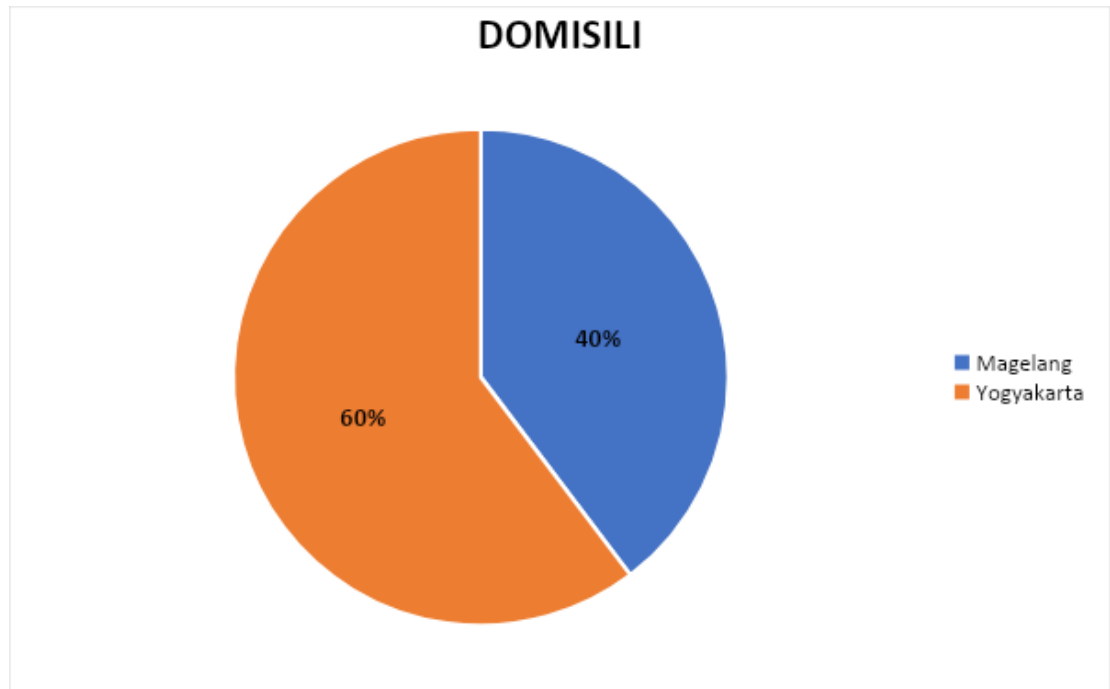
Gambar 3. 3 Diagram Pie Persentase Pekerjaan

Sumber: Peneliti

Berdasarkan diagram di atas dapat dilihat bahwa pengguna layanan mayoritas adalah mahasiswa sebanyak 69 % atau 127 responden, Wirausahawan sebanyak 10% atau 18 responden, pegawai swasta sebanyak 9% atau 17 orang, pegawai negeri sebanyak 8% atau 14 orang dan pekerjaan lainnya sebanyak 4% atau 8 responden. Dapat disimpulkan bahwa pengguna layanan *chat* dengan dokter di Halodoc adalah berasal dari berbagai macam kalangan pekerjaan.

Jumlah Responden Berdasarkan Domisili

Domisili sampel penelitian ini diambil dari dua kota yaitu Yogyakarta dan Magelang. Berikut ini merupakan hasil pembagian domisili responden penelitian:



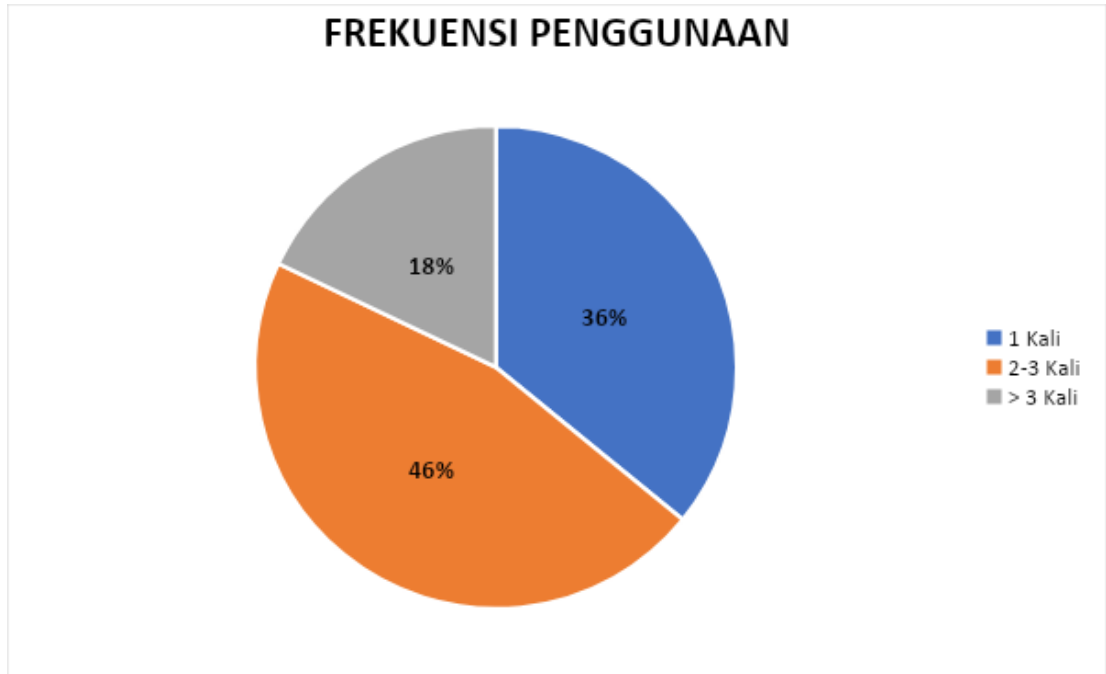
Gambar 3. 4 Diagram Pie Persentase Domisili

Sumber: Peneliti

Berdasarkan diagram di atas dapat dilihat sebanyak 60% atau 111 responden berdomisili di Yogyakarta dan 40% atau 73 responden berdomisili di Magelang. Dapat disimpulkan semua responden penelitian berasal dari dua kota yang telah ditentukan peneliti, yaitu Yogyakarta dan Magelang.

Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Halodoc

Dalam penelitian ini frekuensi penggunaan Halodoc dikategorikan menjadi tiga kelompok, yaitu satu kali penggunaan, 2-3 kali penggunaan dan lebih dari tiga kali penggunaan. Berikut ini adalah hasil pembagiannya:



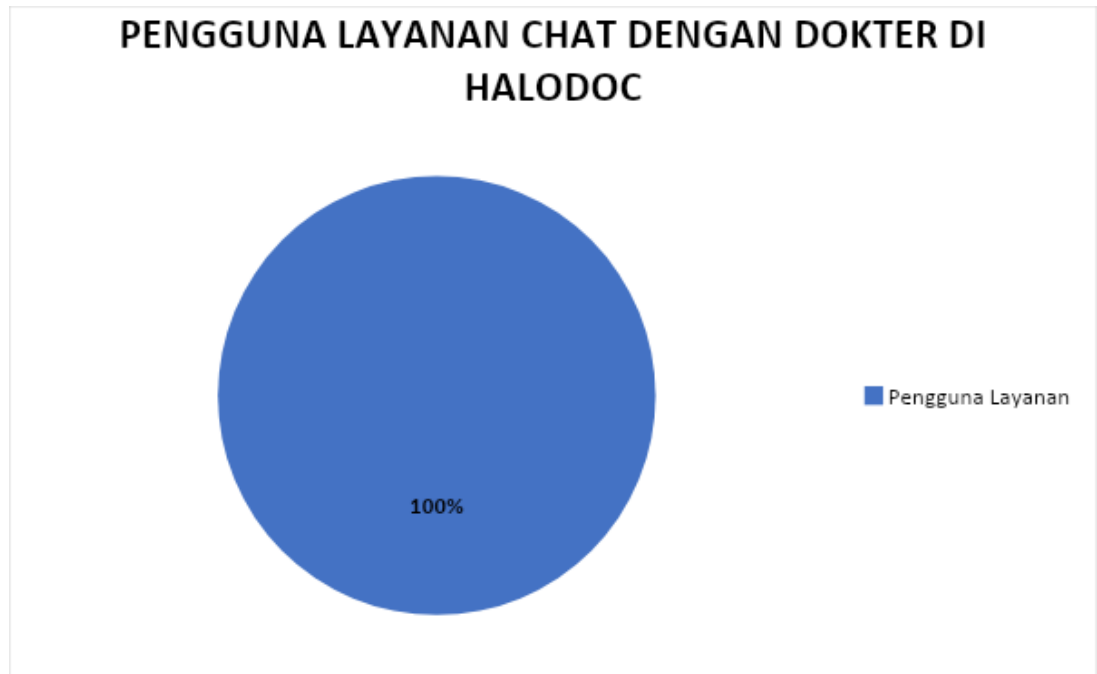
Gambar 3. 5 Diagram Pie Persentase Frekuensi Penggunaan

Sumber: Peneliti

Berdasarkan diagram di atas dapat dilihat pengguna yang menggunakan Halodoc 1 kali sebanyak 36% atau 66 responden, 2-3 kali sebanyak 46% atau 85 responden dan lebih dari 3 kali sebanyak 18% atau 33 responden.

Jumlah Pengguna Halodoc

Berikut ini adalah data jumlah responden yang pernah menggunakan layanan *chat* dengan dokter di Halodoc. Berikut merupakan hasil dari survei:



Gambar 3. 6 Diaram Pie Persentase Jumlah Pengguna Halodoc

Sumber: Peneliti

Berdasarkan diagram di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa sebanyak 184 responden yang didapatkan 100% adalah responden yang sudah pernah menggunakan layanan *chat* dengan dokter di aplikasi Halodoc.

1. Variabel Komunikasi Efektif (KE)

Pemetaan data menggunakan aplikasi SPSS Versi 25 guna melihat tabel frekuensi dan tabel frekuensi interval dari hasil data penelitian sebanyak 184 responden. Variabel Komunikasi Efektif (KE) dalam penelitian ini menjadi variabel laten eksogen yang akan memengaruhi variabel laten endogen Kepuasan Pengguna (KP). Dalam variabel ini terdapat indikator pengukuran berupa *Respect*, *Emphaty*, *Audible*, *Clarity*, dan *Humble*. Total item pertanyaan untuk variabel KE adalah 15 pernyataan yang dapat dipetakan menjadi berikut ini:

Tabel 3. 1

KE1. Persebaran Presentase Responden yang Merasa Dihormati oleh Dokter

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	12	6.5
Setuju	73	39.7
Sangat Setuju	98	53.3
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan hasil 53.3% atau 98 responden, kemudian “Setuju” sebesar 39.7% atau 73 responden. Dengan demikian dapat disimpulkan sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa dihormati oleh dokter saat konsultasi *online* di Halodoc. Responden merasa jika sebagai pasien, responden merasa dihormati ketika melakukan sesi konsultasi kesehatan.

Tabel 3. 2

KE2. Persebaran Presentase Responden yang Merasa Dihargai dan Dianggap Penting oleh Dokter

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0.5
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	12	6.5
Setuju	75	40.8
Sangat Setuju	95	51.6
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 51.6% atau 95 responden, kemudian “Setuju” sebesar 40.8% atau 75 responden. Dengan demikian Sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa dihargai dan dianggap penting sebagai pasien oleh dokter saat konsultasi *online* di Halodoc, sehingga dokter di Halodoc sesuai dengan tolak ukur KE, yaitu *Respect*.

Tabel di bawah berikutnya akan menjelaskan indikator penilaian *Empathy* dengan total 4 item pernyataan.

Tabel 3. 3
KE3. Persebaran Presentase Responden yang Merasa Didengarkan Keluhannya Sebagai Pasien dengan Seksama

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0.5
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	14	7.6
Setuju	64	34.8
Sangat Setuju	105	57.1
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” sebesar 57.1% atau 105 responden, kemudian menjawab “Setuju” sebesar 34.8% atau 64 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa didengarkan keluhannya sebagai pasien dengan seksama oleh dokter.

Tabel 3. 4
KE4. Persebaran Presentase Responden yang Merasa Didengarkan dengan Penuh Perhatian Tanpa Terburu-Buru

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	19	10.3
Setuju	75	40.8
Sangat Setuju	89	48.4
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 48.4% atau 89 responden, kemudian “Setuju” sebesar 40.8% atau 75 responden. Dengan demikian Sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden sebagai pasien merasa didengarkan dengan penuh perhatian tanpa terburu-buru ketika konsultasi *online* berlangsung.

Tabel 3. 5

KE5. Persebaran Presentase Responden yang Merasa Dokter Paham Dengan Keluhan yang Disampaikan.

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	14	7.6
Setuju	72	39.1
Sangat Setuju	98	53.3
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” sebesar 53.3% atau 98 responden, kemudian “Setuju” sebesar 39.1% atau 72 responden. Dengan demikian Sebagian besar

responden sangat setuju bahwa responden sebagai pasien merasa dokter paham dengan keluhan yang disampaikan.

Tabel 3. 6

KE6. Persebaran Presentase Responden yang Merasa Dokter Paham Tentang Kondisi Mereka Dan Memberikan Saran Yang Sesuai

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	17	9.2
Setuju	74	40.2
Sangat Setuju	93	50.5
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” sebesar 50.5% atau 93 responden, kemudian disusul dengan jawaban “Setuju” sebesar 40.2% atau 74 responden. Dengan demikian Sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa dokter paham tentang kondisi mereka dan memberikan saran yang sesuai. Berdasarkan 4 indikator *Empathy* di atas dapat disimpulkan bahwa responden merasa dokter di Halodoc sesuai dengan tolak ukur KE, yaitu *Empathy*.

Tabel di bawah berikutnya akan menjelaskan indikator penilaian *Audible* dengan total 2 item pernyataan.

Tabel 3. 7

KE7. Persebaran Presentase Responden yang Merasa Paham akan Pesan dari Dokter.

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0

Ragu-Ragu	16	8.7
Setuju	74	40.2
Sangat Setuju	94	51.1
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” sebesar 51.1% atau 94 responden, kemudian “Setuju” sebesar 40.2% atau 74 responden. Dengan demikian Sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden sebagai seorang pasien memahami pesan yang disampaikan oleh dokter.

Tabel 3. 8

KE8. Persebaran Presentase Responden Bahwa Pesan yang Disampaikan oleh Dokter di Halodoc Mudah Diterima dan Tidak Membingungkan

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	13	7.1
Setuju	73	39.7
Sangat Setuju	97	52.7
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” sebesar 52.7% atau sebanyak 97 responden, kemudian “Setuju” sebesar 39.7% atau 73 responden. Dengan demikian dapat disimpulkan sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden sebagai pasien merasa pesan yang disampaikan oleh dokter di halodoc mudah diterima dan tidak membingungkan sehingga sesuai dengan tolak ukur KE, yaitu *Audible*.

Tabel berikutnya akan menjelaskan indikator penilaian *Clarity* dengan total 5 item pernyataan

Tabel 3. 9
KE9. Persebaran Presentase Responden yang Merasa Dokter Menyampaikan Pesan dengan Jelas

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	13	7.1
Setuju	68	37
Sangat Setuju	102	55.4
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” sebesar 55.4% atau sebanyak 102 responden, kemudian “Setuju” sebesar 37% atau 68 responden. Dengan demikian dapat disimpulkan sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden sebagai pasien merasa dokter menyampaikan pesannya dengan jelas.

Tabel 3. 10
KE10. Persebaran Presentase Responden yang Merasa Dokter Menyampaikan Informasi Medis dengan Bahasa yang Mudah Dimengerti dan Tanpa Menggunakan Istilah Teknis yang Membingungkan

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0.5
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	14	7.6
Setuju	71	38.6
Sangat Setuju	98	53.3

Total	184	100
--------------	------------	------------

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.3% atau 98 responden, kemudian “Setuju” sebesar 38.6% atau 71 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden sebagai pasien merasa dokter menyampaikan informasi medis dengan bahasa yang mudah dimengerti dan tanpa menggunakan istilah teknis yang membingungkan.

Tabel 3. 11
KE11. Persebaran Presentase Responden yang Merasa Dokter
Memberikan Informasi yang Jelas dan Transparan tentang Kondisi
Kesehatan

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	12	6.5
Setuju	68	37
Sangat Setuju	104	56.5
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 56.5% atau 104 responden, kemudian “Setuju” sebesar 37% atau 68 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden sebagai pasien merasa dokter memberikan informasi yang jelas dan transparan tentang kondisi kesehatan.

Tabel 3. 12

**KE12. Persebaran Presentase Responden yang Merasa Dokter dengan
Terbuka Memberikan Penjelasan yang Dapat Dipahami Tentang Hasil
Pemeriksaan**

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0.5
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	10	5.4
Setuju	71	38.6
Sangat Setuju	102	55.4
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat” dengan jumlah 55.4% atau 102 responden, kemudian “Setuju” sebesar 38.6% atau 71 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden sebagai pasien merasa dokter dengan terbuka memberikan penjelasan yang dapat dipahami tentang hasil pemeriksaan.

Tabel 3. 13

**KE13. Persebaran Presentase Responden yang Merasa Dokter
Memberikan Saran yang Jujur dan Tidak Menutup-Nutupi Informasi
Penting untuk Keputusan Perawatan**

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0.5
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	13	7.1
Setuju	64	34.8
Sangat Setuju	105	57.1
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 57.1% atau 105 responden, kemudian “Setuju” sebesar 34.8% atau 64 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden sebagai pasien merasa dokter memberikan saran yang jujur dan tidak menutup-nutupi informasi penting untuk keputusan perawatan sehingga sesuai dengan tolak ukur KE, yaitu *Clarity*

Tabel berikutnya akan menjelaskan indikator penilaian *Humble* dengan total 2 item pernyataan

Tabel 3. 14

KE14. Persebaran Presentase Responden yang Merasa Dokter Memberikan Kesan yang Ramah

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	11	6.0
Setuju	65	35.3
Sangat Setuju	107	58.2
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 58.2% atau 107 responden, kemudian “Setuju” sebesar 35.3% atau 65 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden sebagai seorang pasien merasa dokter memberikan kesan yang ramah.

Tabel 3. 15

KE15. Persebaran Presentase Responden yang Merasa Dokter di Halodoc Bersikap Rendah Hati Dalam Memberikan Penjelasan Medis Tanpa Membuat Merasa Canggung atau Terintimidasi

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	12	6.5
Setuju	73	39.7
Sangat Setuju	98	53.3
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.3% atau 98 responden, kemudian “Setuju” sebesar 39.7% atau 73 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden sebagai pasien merasa merasa dokter di halodoc bersikap rendah hati dalam memberikan penjelasan medis tanpa membuat merasa canggung atau terintimidasi sehingga sesuai dengan tolak ukur KE, yaitu *Humble*.

2. Tabel Kategori Variabel Komunikasi Efektif (KE)

Pada bagian ini peneliti akan menghitung skor terhadap variabel KE menggunakan interval persebaran persentase responden. Variabel KE memiliki 15 item pernyataan yang akan diuji dengan rumus sebagai berikut ini:

$$i = \frac{R}{K}$$

$$i = \frac{(15 \times 5) - (15 - 1)}{5}$$

$$i = \frac{61}{5}$$

$$i = 12,2 (12)$$

Keterangan:

i = Lebar Interval

R = Jarak Pengukuran

K = Jumlah Interval

Dengan demikian berdasarkan hasil perhitungan di atas, didapatkan ukuran skor yang telah ditentukan sebagai berikut ini:

- Tidak Baik = 15 – 27
- Kurang Baik = 28 – 40
- Cukup = 41 – 53
- Baik = 54 – 66
- Sangat Baik = 67 – 75

Setelah 5 skor penelitan telah didapatkan selanjutnya adalah menyesuaikan berdasarkan jumlah jawaban disetian responden pada variaabel pertanyaan Komunikasi Efektif yang akan dijelaskan dalam bentuk table interval frekuensi sebagai berikut ini:

Tabel 3. 16

Persentase Skor Responden Terhadap Komunikasi Efektif (KE)

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Tidak Baik	15 – 27	0	0
Kurang Baik	28 – 40	1	1
Cukup	41 – 53	7	4
Baik	54 – 66	71	39
Sangat Baik	67 – 75	105	57
Total		184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas didapatkan hasil dari 184 responden terkait Komunikasi Efektif Dokter Halodoc. Dapat dilihat jika persentase terbesar berada pada kolom “Sangat Baik”, yaitu sebesar 57% dan diikuti dengan skor “Baik” dengan persentase sebesar 39%. Dengan demikian dapat diartikan bahwa komunikasi efektif dari dokter di Halodoc menurut responden dinilai sangat baik apabila dilihat dari indikator komunikasi efektif yang diteliti. Kesimpulannya

adalah komunikasi efektif dokter di Halodoc memiliki pengaruh yang sangat baik terhadap kepuasan pengguna Halodoc.

3. Variabel Kualitas Layanan (KL)

Bagian ini adalah hasil dari data jawaban responden mengenai Kualitas Layanan (KL) Halodoc. KL adalah variabel variabel laten eksogen yang akan memengaruhi variabel laten endogen Kepuasan Pengguna (KP). Dalam variabel ini terdapat indikator pengukuran berupa *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibility*. Total item pertanyaan untuk variabel KL adalah 16 pernyataan yang dapat dipetakan menjadi berikut ini.

Tabel berikut akan menjelaskan indikator penilaian *Reliability* dengan total 3 item pernyataan:

Tabel 3. 17

KL1. Dokter Hadir Tepat Waktu pada Sesi Konsultasi

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	2	1.1
Ragu-Ragu	21	11.4
Setuju	73	39.7
Sangat Setuju	88	47.8
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 47.8% atau 88 responden, kemudian “Setuju” sebesar 39.7% atau 73 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa dokter hadir tepat waktu pada sesi konsultasi.

Tabel 3. 18

**KL2. Saya Diarahkan Langsung ke Ruang Obrolan Setelah Melakukan
Pembayaran Tanpa Harus Menunggu Waktu yang Lama**

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	16	8.7
Setuju	69	37.5
Sangat Setuju	98	53.3
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.3% atau 98 responden, kemudian “Setuju” sebesar 37.5% atau 69 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa diarahkan langsung ke ruang obrolan setelah melakukan pembayaran tanpa harus menunggu waktu yang lama.

Tabel 3. 19

**KL3. Resep Obat Yang Diberikan Oleh Dokter Dapat Saya Temukan
Dengan Mudah**

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0.5
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	9	4.9
Setuju	75	40.8
Sangat Setuju	98	53.3
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.3% atau 98 responden, kemudian “Setuju” sebesar 40.8% atau 75 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa resep yang diberikan oleh dokter dapat ditemukan dengan mudah. Terlebih Halodoc menyediakan layanan Toko Kesehatan di mana pengguna bisa menebus obat sesuai dengan resep yang diberikan oleh dokter tanpa harus pergi ke apotek sehingga sesuai dengan tolak ukur KL, yaitu *Reliability*.

Tabel berikutnya akan menjelaskan indikator penilaian *Responsiveness* dengan total 3 item pernyataan:

Tabel 3. 20
KL4. Dokter Memberikan Respon Yang Cepat Setelah Saya Menyampaikan Keluhan Saya

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	13	7.1
Setuju	78	42.4
Sangat Setuju	92	50
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 50% atau 92 responden, kemudian “Setuju” sebesar 42.4% atau 78 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa dokter memberikan respon yang cepat setelah responden menyampaikan keluhannya.

Tabel 3. 21
KL5. Dokter Memberikan Saran Yang Sesuai Dengan Keluhan Saya

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	13	7.1
Setuju	74	40.2
Sangat Setuju	97	52.7
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 52.7% atau 97 responden, kemudian “Setuju” sebesar 40.2% atau 74 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa dokter memberikan saran yang sesuai dengan keluhan responden.

Tabel 3. 22

KL 6. Dokter Memberikan Respon Dengan Baik dan Detail Terkait Keluhan Saya, Diagnose Penyakit, Penyebab Penyakit, Pantangan, dan Memberikan Resep

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0.5
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	11	6
Setuju	73	39.7
Sangat Setuju	98	53.3
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.3% atau 98 responden, kemudian “Setuju” sebesar 39.7% atau 73 responden. Dengan demikian sebagian

besar responden sangat setuju bahwa dokter memberikan respon dengan baik dan detail terkait keluhan responden, diagnose penyakit, penyebab penyakit, pantangan dan memberikan resep sehingga sesuai dengan tolak ukur KL, yaitu *Responsiveness*.

Tabel berikutnya akan menjelaskan indikator penilaian *Assurance* dengan total 5 item pernyataan:

Tabel 3. 23

KL7. Aplikasi Halodoc Dapat Melindungi Data Pribadi Saya Sebagai Pasien.

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	16	8.7
Setuju	69	37.5
Sangat Setuju	99	53.8
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.8% atau 99 responden, kemudian “Setuju” sebesar 37.5% atau 69 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa aplikasi Halodoc dapat melindungi data pribadi responden sebagai seorang pasien.

Tabel 3. 24

KL8. Proses Transaksi Pembayaran di Halodoc Aman

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	14	7.6
Setuju	64	34.8
Sangat Setuju	106	57.6

Total	184	100
--------------	------------	------------

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 57.6% atau 106 responden, kemudian “Setuju” sebesar 34.8% atau 64 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa proses transaksi pembayaran di Halodoc aman.

Tabel 3. 25

KL9. Uang atau Saldo Halodoc Akan Dikembalikan Kepada Saya Apabila Konsultasi Dibatalkan/Terbatalan

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	2	1.1
Ragu-Ragu	13	7.1
Setuju	70	38
Sangat Setuju	99	53.8
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.8% atau 99 responden, kemudian “Setuju” sebesar 38% atau 70 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa uang atau saldo Halodoc akan dikembalikan jika konsultasi dibatalkan atau terbatalan.

Tabel 3. 26

KL10. Saya Merasa Nyaman Menceritakan Kondisi Kesehatan Saya dengan Dokter Di Aplikasi Halodoc

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
--------------------------	---------------	-----------------------

Sangat Tidak Setuju	1	0.5
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	14	7.6
Setuju	71	38.6
Sangat Setuju	98	53.3
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.3% atau 98 responden, kemudian “Setuju” sebesar 38.6% atau 71 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa nyaman menceritakan kondisi kesehatan dengan dokter di Halodoc.

Tabel 3. 27

KL11. Saya Merasa Nyaman Menggunakan Aplikasi Halodoc

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	2	1.1
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	18	9.8
Setuju	66	35.9
Sangat Setuju	98	53.3
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.3% atau 98 responden, kemudian “Setuju” sebesar 35.9% atau 66 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa nyaman menggunakan aplikasi Halodoc. Sehingga dalam hal ini Halodoc sudah sesuai dengan tolak ukur variabel KL, yaitu *Assurance*.

Tabel selanjutnya akan menjelaskan indikator penilaian *Empathy* dengan total 2 item pernyataan:

Tabel 3. 28

KL12. Dokter di Halodoc Memahami Dengan Baik Kebutuhan Kesehatan Saya

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	15	8.2
Setuju	73	39.7
Sangat Setuju	95	51.6
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 51.6% atau 95 responden, kemudian “Setuju” sebesar 39.7% atau 73 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa dokter di Halodoc memahami kebutuhan kesehatan responden sebagai seorang pasien.

Tabel 3. 29

KL13. Saya Merasa Dokter di Halodoc Memiliki Sikap Empati Kepada Pasiennya

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	14	7.6
Setuju	72	39.1
Sangat Setuju	98	53.3
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.3% atau 98 responden, kemudian “Setuju” sebesar 39.1% atau 72 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa dokter di Halodoc memiliki sikap empati kepada responden sebagai seorang pasien. Sehingga dalam hal ini dokter di Halodoc sudah sesuai dengan tolak ukur variabel KL, yaitu menunjukkan *Empathy*.

Tabel selanjutnya akan menjelaskan indikator penilaian *Tangibility* dengan total 3 item pernyataan:

Tabel 3. 30

KL14. Tampilan Halodoc Mudah Untuk Saya Pahami

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	12	6.5
Setuju	70	38
Sangat Setuju	101	54.9
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 54.9% atau 101 responden, kemudian “Setuju” sebesar 38% atau 70 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa tampilan Halodoc mudah untuk responden pahami.

Tabel 3. 31

KL15. Halodoc Memberikan Diskon yang Menarik Untuk Konsultasi dengan Dokter, Promo Cashback, Serta Gratis Ongkir Dalam Pembelian Obat Serta Vitamin

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0.5
Tidak Setuju	2	1.1
Ragu-Ragu	18	9.8
Setuju	71	38.6
Sangat Setuju	92	50
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 50% atau 92 responden, kemudian “Setuju” sebesar 38.6% atau 71 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa Halodoc membelikan layanan berupa diskon yang menarik untuk konsultasi dengan dokter, promo cashback, serta gratis ongkir dalam pembelian obat dan vitamin.

Tabel 3. 32

KL16. Proses Pembayaran Halodoc Bervariasi Mulai Dari E-Wallet (Go-Pay, Link Aja, Halodoc) Sampai Kartu Kredit/Debit

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	13	7.1
Setuju	75	40.8
Sangat Setuju	95	51.6
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 51.6% atau 95 responden, kemudian

“Setuju” sebesar 40.8% atau 75 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa proses pembayaran Halodoc bervariasi, di mulai dari e-wallet (Go-pay, Link Aja, Halodoc) sampai Kartu Kredit/Debit. Sehingga dalam hal ini Halodoc sudah sesuai dengan tolak ukur variabel KL, yaitu berupa Tangibility.

4. Tabel Kategori Variabel Kualitas Layanan (KL)

Pada bagian ini peneliti akan menghitung skor terhadap variabel KL menggunakan interval persebaran persentase responden. Variabel KL memiliki 16 item pernyataan yang akan diuji dengan rumus sebagai berikut ini:

$$i = \frac{R}{K}$$

$$i = \frac{(16 \times 5) - (16 - 1)}{5}$$

$$i = \frac{65}{5}$$

$$i = 13$$

Keterangan:

i = Lebar Interval

R = Jarak Pengukuran

K = Jumlah Interval

Dengan demikian berdasarkan hasil perhitungan di atas, didapatkan ukuran skor yang telah ditentukan sebagai berikut ini:

Tidak Baik	= 16 – 29
Kurang Baik	= 30 – 43
Cukup	= 44 – 57
Baik	= 58 – 71
Sangat Baik	= 72 – 80

Setelah 5 skor penelitan telah didapatkan selanjutnya adalah menyesuaikan berdasarkan jumlah jawaban disetian responden pada variabel pertanyaan Kualitas Layanan yang akan dijelaskan dalam bentuk tabel interval frekuensi sebagai berikut ini:

Tabel 3. 33

Persentase Skor Responden Terhadap Kualitas Layanan (KL)

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Tidak Baik	16 – 19	0	0
Kurang Baik	30 – 43	1	1
Cukup	44 – 57	10	5
Baik	58 – 71	76	41
Sangat Baik	72 – 80	97	53
Total		184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas didapatkan hasil dari 184 responden terkait Kualitas Layanan Halodoc. Dapat dilihat jika persentase terbesar berada pada kolom “Sangat Baik”, yaitu sebesar 53% dan diikuti dengan skor “Baik” dengan persentase sebesar 41%. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kualitas layanan Halodoc menurut responden dinilai sangat baik apabila dilihat dari indikator kualitas layanan yang diteliti. Kesimpulannya adalah kualitas layanan Halodoc memiliki pengaruh yang sangat baik terhadap kepuasan pengguna Halodoc.

5. Variabel Pengalaman Pengguna (PP)

Bagian ini adalah hasil dari data jawaban responden mengenai Pengalaman Pengguna (PP) Halodoc. PP adalah variabel moderasi yang menunjukkan korelasi dari variabel eksogen dan variabel moderator dalam memengaruhi variabel laten endogen Kepuasan Pengguna (KP). Dalam variabel ini terdapat indikator pengukuran berupa Kesan yang Baik, Pengalaman Menyenangkan, Membantu

Penyelesaian Masalah, Tindakan yang Tepat, dan Meningkatkan Perasaan Senang. Total item pertanyaan untuk variabel PP adalah 11 pernyataan yang dapat dipetakan menjadi berikut ini.

Tabel berikut akan menjelaskan indikator penilaian Kesan yang Baik dengan total 2 item pernyataan:

Tabel 3. 34

PP1. Dokter Memberikan Kesan Pertama yang Baik Kepada Saya

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	16	8.7
Setuju	66	35.9
Sangat Setuju	101	54.9
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 54.9% atau 101 responden, kemudian “Setuju” sebesar 35.9% atau 66 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa dokter di Halodoc memberikan kesan pertama yang baik kepada responden.

Tabel 3. 35

PP2. Dokter di Halodoc Memiliki Sikap yang Ramah Kepada Pasiennya

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0.5
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	10	5.4
Setuju	71	38.6
Sangat Setuju	102	55.4

Total	184	100
--------------	------------	------------

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 55.4% atau 102 responden, kemudian “Setuju” sebesar 38.6% atau 71 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa dokter di Halodoc memiliki sikap yang ramah kepada pasiennya. Sehingga dalam hal ini dokter di Halodoc sudah sesuai dengan tolak ukur variabel PP, yaitu berupa Kesan yang Baik.

Tabel selanjutnya akan menjelaskan indikator penilaian Pengalaman Menyenangkan dengan total 2 item pernyataan:

Tabel 3. 36
PP3. Dokter Memberikan Pengalaman Konsultasi yang Meyenangkan
Kepada Saya

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0.5
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	14	7.6
Setuju	65	35.3
Sangat Setuju	104	56.5
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 56.5% atau 104 responden, kemudian “Setuju” sebesar 35.3% atau 65 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa dokter di Halodoc memberikan pengalaman konsultasi yang menyenangkan kepada responden selaku pasien.

Tabel 3. 37

PP4. Saya Merasa Senang dan Nyaman Dalam Berinteraksi Dengan Dokter di Halodoc Selama Konsultasi Medis

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	2	1.1
Ragu-Ragu	13	7.1
Setuju	70	38
Sangat Setuju	99	53.8
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.8% atau 99 responden, kemudian “Setuju” sebesar 38% atau 70 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa senang dan nyaman dalam berinteraksi dengan dokter di Halodoc selama konsultasi medis. Sehingga dalam hal ini dokter di Halodoc sudah sesuai dengan tolak ukur variabel PP, yaitu berupa Pengalaman Menyenangkan.

Tabel selanjutnya akan menjelaskan indikator penilaian Membantu Penyelesaian Masalah dengan total 2 item pernyataan:

Tabel 3. 38

PP5. Layanan Chat dengan Dokter Membantu Saya Menyelesaikan Permasalahan Kesehatan Saya

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	22	12
Setuju	66	35.9
Sangat Setuju	96	52.2
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 52.2% atau 96 responden, kemudian “Setuju” sebesar 35.9% atau 66 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa layanan *chat* dengan dokter membantu menyelesaikan permasalahan kesehatan responden.

Tabel 3. 39

PP6. Konsultasi dengan Dokter di Halodoc Memberikan Solusi Yang Membantu Saya Mengatasi Masalah Kesehatan Saya dengan Lebih Baik

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	2	1.1
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	18	9.8
Setuju	73	39.7
Sangat Setuju	91	49.5
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 49.5% atau 91 responden, kemudian “Setuju” sebesar 39.7% atau 73 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa konsultasi dengan dokter di Halodoc memberikan solusi yang membantu responden mengatasi masalah kesehatan menjadi lebih baik. Sehingga dalam hal ini dokter di Halodoc sudah sesuai dengan tolak ukur variabel PP, yaitu berupa Membantu Penyelesaian Masalah.

Tabel selanjutnya akan menjelaskan indikator penilaian Tindakan yang Tepat dengan total 2 item pernyataan:

Tabel 3. 40

PP7. Dokter Memberikan Saran Pengobatan dengan Tepat

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0.5
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	15	8.2
Setuju	65	35.3
Sangat Setuju	103	56
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 56% atau 103 responden, kemudian “Setuju” sebesar 35.3% atau 65 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa dokter memberikan saran pengobatan dengan tepat.

Tabel 3. 41

PP8. Setelah Menggunakan Layanan Chat dengan Dokter Kondisi Kesehatan Saya Membaik

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0.5
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	16	8.7
Setuju	68	37
Sangat Setuju	99	53.8
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.8% atau 99 responden, kemudian “Setuju” sebesar 37% atau 68 responden. Dengan demikian sebagian besar

responden sangat setuju bahwa responden merasa setelah menggunakan layanan *chat* dengan dokter kondisi kesehatan responden membaik. Sehingga dalam hal ini dokter di Halodoc sudah sesuai dengan tolak ukur variabel PP, yaitu berupa Tindakan yang Tepat.

Tabel selanjutnya akan menjelaskan indikator penilaian Meningkatkan Perasaan Senang dengan total 3 item pernyataan:

Tabel 3. 42

PP9. Saya Senang Dokter Dapat Membantu Saya Mengatasi Masalah Kesehatan Melalui Layanan Chat Dengan Dokter Di Halodoc

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	2	1.1
Ragu-Ragu	14	7.6
Setuju	67	36.4
Sangat Setuju	101	54.9
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 54.9% atau 101 responden, kemudian “Setuju” sebesar 36.4% atau 67 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa senang dokter di Halodoc dapat membantu responden mengatasi masalah kesehatan melalui layanan *chat* dengan dokter.

Tabel 3. 43

PP10. Saya Senang Menggunakan Aplikasi Halodoc Untuk Membantu Saya Mengatasi Masalah Kesehatan

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0.5

Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	12	6.5
Setuju	72	39.1
Sangat Setuju	98	53.3
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.3% atau 98 responden, kemudian “Setuju” sebesar 39.1% atau 72 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa senang menggunakan aplikasi Halodoc untuk membantu responden mengatasi masalah kesehatan.

Tabel 3. 44

PP11. Saya Senang Menggunakan Aplikasi Halodoc Karena Saya Tidak Perlu Pergi Ke Rumah Sakit Untuk Bisa Konsultasi Dengan Dokter

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	15	8.2
Setuju	75	40.8
Sangat Setuju	94	51.1
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 51.1% atau 94 responden, kemudian “Setuju” sebesar 40.8% atau 75 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa senang menggunakan aplikasi Halodoc karena responden tidak perlu pergi ke rumah sakit untuk dapat konsultasi

dengan dokter. Sehingga dalam hal ini pengguna Halodoc dapat dikatakan memiliki pengalaman yang baik dalam menggunakan layanan konsultasi *online* di Halodoc.

6. Tabel Kategori Variabel Pengalaman Pengguna (PP)

Pada bagian ini peneliti akan menghitung skor terhadap variabel PP menggunakan interval persebaran persentase responden. Variabel PP memiliki 11 item pernyataan yang akan diuji dengan rumus sebagai berikut ini:

$$i = \frac{R}{K}$$
$$i = \frac{(11 \times 5) - (11 - 1)}{5}$$
$$i = \frac{45}{5}$$
$$i = 9$$

Keterangan:

i = Lebar Interval

R = Jarak Pengukuran

K = Jumlah Interval

Dengan demikian berdasarkan hasil perhitungan di atas, didapatkan ukuran skor yang telah ditentukan sebagai berikut ini:

Tidak Baik = 11 – 20

Kurang Baik = 21 – 30

Cukup = 31 – 40

Baik = 41 – 50

Sangat Baik = 51 – 55

Setelah 5 skor penelitan telah didapatkan selanjutnya adalah menyesuaikan berdasarkan jumlah jawaban disetiap responden pada variabel pertanyaan Kualitas Layanan yang akan dijelaskan dalam bentuk tabel interval frekuensi sebagai berikut ini:

Tabel 3. 45

Persentase Skor Responden Terhadap Pengalaman Pengguna (PP)

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Tidak Baik	11 – 20	1	1
Kurang Baik	21 – 30	0	0
Cukup	31 – 40	12	7
Baik	41 – 50	85	46
Sangat Baik	51 – 55	86	47
Total		184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas didapatkan hasil dari 184 responden terkait Pengalaman Pengguna, dapat dilihat jika persentase terbesar berada pada kolom “Sangat Baik”, yaitu sebesar 47% dan diikuti dengan skor “Baik” dengan persentase sebesar 46%. Dengan demikian dapat diartikan bahwa pengalaman pengguna Halodoc dari responden penelitian dinilai sangat baik apabila dilihat dari indikator pengalaman pengguna yang diteliti. Kesimpulannya adalah pengalaman pengguna Halodoc dapat memengaruhi kepuasan pengguna dengan sangat baik.

7. Variabel Kepuasan Pengguna (KP)

Bagian ini adalah hasil dari data jawaban responden mengenai Kepuasan Pengguna Halodoc. KP adalah variabel endogen merupakan variabel yang terpengaruh variabel lain. Artinya variabel Kepuasan Pengguna dipengaruhi variabel Komunikasi Efektif, Kualitas Layanan, dan variabel Pengalaman Pengguna. Dalam variabel ini terdapat indikator pengukuran berupa Kepuasan secara Umum, Keputusan Pemberi Pelayanan, Kenyamanan saat Menggunakan Layanan, dan Kesenangan saat Menggunakan Layanan. Total item pertanyaan untuk variabel KP adalah 9 pernyataan yang dapat dipetakan menjadi berikut ini.

Tabel berikut akan menjelaskan indikator penilaian Kepuasan Secara Umum dengan total 2 item pernyataan:

Tabel 3. 46

**KP1. Secara Keseluruhan Saya Puas Dengan Sistem Layanan Chat
Dengan Dokter Di Aplikasi Halodoc**

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	14	7.6
Setuju	70	38
Sangat Setuju	100	54.3
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 54.3% atau 100 responden, kemudian “Setuju” sebesar 38% atau 70 responden. Dengan demikian sebagian besar responden merasa puas dengan sistem layanan *chat* dengan dokter di Halodoc. Selanjutnya akan diuji kembali kepuasan pengguna Halodoc mengenai seberapa puas pengguna Halodoc menggunakan layanan *chat* dengan dokter yang dapat menyelesaikan masalah kesehatan responden.

Tabel 3. 47

**KP2. Saya Puas Telah Menggunakan Layanan Chat dengan Dokter di
Aplikasi Halodoc Karena Dapat Menyelesaikan Masalah Kesehatan Saya**

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	17	9.2
Setuju	73	39.7
Sangat Setuju	93	50.5
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.3% atau 98 responden, kemudian “Setuju” sebesar 39.1% atau 72 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa senang menggunakan aplikasi Halodoc untuk membantu responden mengatasi masalah kesehatan.

Tabel 3. 48

**KP3. Secara Keseluruhan, Saya Merasa Puas Dengan Layanan
Telemedicine Halodoc Dan Komunikasi Efektif Yang Diberikan Oleh
Dokter**

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0.5
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	12	6.5
Setuju	77	41.8
Sangat Setuju	94	51.1
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 51.1% atau 94 responden, kemudian “Setuju” sebesar 41.8% atau 77 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden secara keseluruhan merasa puas dengan layanan Halodoc dan Komunikasi Efektif yang diberikan oleh dokter.

Tabel 3. 49

**KP4. Saya Percaya Bahwa Dokter Di Halodoc Membuat Keputusan Yang
Tepat Berdasarkan Informasi Yang Saya Berikan Dan Pengetahuan Medis
Mereka**

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	16	8.7
Setuju	70	38
Sangat Setuju	97	52.7
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 52.7% atau 97 responden, kemudian “Setuju” sebesar 38% atau 70 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden percaya kepada dokter di Halodoc untuk membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang responden berikan dan pengetahuan medis dokter.

Tabel 3. 50

KP5. Saya Merasa Dokter Di Halodoc Mampu Membuat Keputusan Yang Tepat Dan Memberikan Saran Yang Berguna Untuk Perawatan Kesehatan Saya

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	1	0.5
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	12	6.5
Setuju	76	41.3
Sangat Setuju	95	51.6
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 51.6% atau 95 responden, kemudian “Setuju” sebesar 41.3% atau 76 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa dokter di Halodoc mampu membuat keputusan yang tepat dan memberikan saran yang berguna untuk perawatan kesehatan responden.

Tabel 3. 51

KP6. Saya Merasa Nyaman Ketika Konsultasi Dengan Dokter Di Aplikasi Halodoc

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	16	8.7
Setuju	70	38
Sangat Setuju	98	53.3
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.3% atau 98 responden, kemudian “Setuju” sebesar 38% atau 70 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa nyaman saat konsultasi dengan dokter di aplikasi Halodoc.

Tabel 3. 52

KP7. Layanan Telemedicine Halodoc Memberikan Kenyamanan Dalam Memperoleh Layanan Kesehatan Tanpa Harus Pergi Ke Fasilitas Fisik

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.5

Ragu-Ragu	12	6.5
Setuju	68	37
Sangat Setuju	103	56
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 56% atau 103 responden, kemudian “Setuju” sebesar 37% atau 68 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa layanan *telemedicine* Halodoc memberikan kenyamanan dalam memperoleh layanan kesehatan tanpa harus pergi ke fasilitas fisik.

Tabel 3. 53

KP8. Saya Merasa Senang Menggunakan Layanan Chat dengan Dokter di Aplikasi Halodoc

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	0	0
Ragu-Ragu	11	6
Setuju	75	40.8
Sangat Setuju	98	53.3
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 53.3% atau 98 responden, kemudian “Setuju” sebesar 40.8% atau 75 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden merasa senang menggunakan layanan *chat* dengan dokter di aplikasi Halodoc.

Tabel 3. 54

KP9. Saya Lebih Suka Menggunakan Layanan Chat dengan Dokter di Aplikasi Halodoc Dibandingkan Aplikasi Telemedicine Lainnya

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	1	0.5
Ragu-Ragu	14	7.6
Setuju	69	37.5
Sangat Setuju	100	54.3
Total	184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 54.3% atau 100 responden, kemudian “Setuju” sebesar 37.5% atau 69 responden. Dengan demikian sebagian besar responden sangat setuju bahwa responden lebih suka menggunakan layanan *chat* dengan dokter di aplikasi Halodoc dibandingkan aplikasi *telemedicine* lainnya.

8. Tabel Kategori Variabel Kepuasan Pengguna (KP)

Pada bagian ini peneliti akan menghitung skor terhadap variabel KP menggunakan interval persebaran persentase responden. Variabel KP memiliki 9 item pernyataan yang akan diuji dengan rumus sebagai berikut ini:

$$i = \frac{R}{K}$$

$$i = \frac{(9 \times 5) - (9 - 1)}{5}$$

$$i = \frac{37}{5}$$

$$i = 7,4 (7)$$

Keterangan:

i = Lebar Interval

R = Jarak Pengukuran

$K = \text{Jumlah Interval}$

Dengan demikian berdasarkan hasil perhitungan di atas, didapatkan ukuran skor yang telah ditentukan sebagai berikut ini:

Tidak Berpegaruh = 11 – 18
Kurang Berpegaruh = 19 – 26
Cukup Berpegaruh = 27 – 34
Berpegaruh = 35 – 42
Sangat Berpegaruh = 43 – 45

Setelah 5 skor peneliana telah didapatkan selanjutnya adalah menyesuaikan berdasarkan jumlah jawaban disetian responden pada variabel pertanyaan Kualitas Layanan yang akan dijelaskan dalam bentuk tabel interval frekuensi sebagai berikut ini:

Tabel 3. 55

Persentase Skor Responden Terhadap Pengalaman Pengguna (PP)

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase (%)
Tidak Berpegaruh	11 – 18	0	0
Kurang Berpegaruh	19 – 26	1	1
Cukup Berpegaruh	27 – 34	16	9
Berpegaruh	35 – 42	86	47
Sangat Berpegaruh	43 – 45	81	44
Total		184	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas didapatkan hasil dari 184 responden terkait Pengalaman Pengguna, dapat dilihat jika persentase terbesar berada pada kolom “Berpegaruh”, yaitu pada interval 35 – 42 yaitu sebesar 47% atau 86 responden dari total 184 responden. Kesimpulan yang dapat diambil adalah ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang baik terhadap Kepuasan Pengguna Halodoc karena

Komunikasi Efektif, Kualitas Layanan, dan moderasi Pengalaman Pengguna dinilai dapat meningkatkan rasa puas pengguna Halodoc.

9. Analisis Deskriptif Komunikasi Efektif

Tabel 3. 56
Skoring Indikator Komunikasi Efektif

Indikator	N	Mean
<i>Respect</i>	184	4,44
<i>Empathy</i>	184	4,43
<i>Audible</i>	184	4,43
<i>Clarity</i>	184	4,47
<i>Humble</i>	184	4,48

Respect yaitu dokter menunjukkan sikap menghormati dan menghargai pasien dalam setiap interaksi di dalam konsultasi *online* Halodoc. *Empathy* adalah kemampuan dokter untuk mendengarkan, memahami keluhan yang disampaikan oleh pasien dalam layanan konsultasi, dan kemampuan untuk menempatkan diri pada situasi yang dialami oleh pasien. *Audible* merupakan kemudahan untuk memahami pesan yang disampaikan oleh dokter. *Clarity* adalah kejelasan pesan yang dokter sampaikan saat sesi konsultasi dengan bahasa yang jelas dan mudah untuk dimengerti, keterbukaan dokter mengenai informasi yang transparan tentang kondisi kesehatan pasien dan kejujuran memberikan informasi yang penting untuk keputusan perawatan pasien. *Humble* adalah kerendahan hati dokter dalam memberikan penjelasan tanpa membuat canggung dan terintimidasi dengan memberikan kesan yang ramah kepada pasien.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel di atas diperoleh gambaran bahwa komunikasi efektif yang dilakukan dalam konsultasi secara *online* yang paling dominan adalah indikator *humble* yaitu sebesar 4,48 yang berada di kategori penilaian responden sangat baik. Sedangkan indikator komunikasi efektif yang memiliki nilai terendah adalah indikator *empathy* dan *audible* yaitu sebesar 4,43 yang masih dalam kategori sangat baik, namun memiliki nilai paling rendah diantara

indikator lainnya. Sehingga secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan jika komunikasi yang dilakukan oleh dokter kepada pasien kurang menunjukkan kemudahan untuk memberikan pesan yang dapat dipahami pasien serta pengguna Halodoc kurang merasa dokter memberikan empati saat sesi konsultasi pasien.

10. Analisis Deskriptif Kualitas Layanan

Tabel 3. 57

Skoring Indikator Kualitas Layanan

Indikator	N	Mean
<i>Reliability</i>	184	4,39
<i>Responsiveness</i>	184	4,44
<i>Assurance</i>	184	4,45
<i>Empathy</i>	184	4,44
<i>Tangibility</i>	184	4,42

Reliability adalah ketepatan waktu dan keandalan dokter saat konsultasi online berlangsung. *Responsiveness* merupakan kecepatan respon yang diberikan oleh dokter dan keefektifan saran pada keluhan pasien sebagai pengguna Halodoc. *Assurance* merupakan rasa aman dan kenyamanan yang Halodoc berikan kepada penggunannya. *Empathy* merupakan kemampuan dokter untuk memberikan sikap empati dan memahami kebutuhan kesehatan pasien. *Tangibility* merupakan kemudahan tampilan aplikasi Halodoc, kemudahan pembayaran dan pemberian tawaran menarik bagi pengguna Halodoc.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif di atas dapat ditarik kesimpulan jika kualitas layanan dalam konsultasi *online* Halodoc yang paling dominan dilakukan adalah dari segi indikator *assurance* dengan nilai 4,45 yang berada di kategori sangat baik. Artinya, Halodoc sudah memberikan rasa aman bagi penggunannya dengan melindungi data pribadi dan juga keamanan dalam bertransaksi. Sedangkan indikator yang memiliki nilai terendah adalah indikaator *reliability* dengan nilai 4,39. Hal ini menandakan bahwa dokter masih belum tepat waktu dalam sesi konsultasi dan pemberian resep obat kepada pasien belum secara mudah ditemukan.

11. Analisis Deskriptif Pengalaman Pengguna

Tabel 3. 58

Skoring Indikator Pengalaman Pengguna

Indikator	N	Mean
Kesan yang baik	184	4,47
Pengalaman menyenangkan	184	4,46
Membantu penyelesaian masalah	184	4,38
Tindakan yang tepat	184	4,45
Meningkatkan perasaan senang	184	4,44

Kesan yang baik adalah kemampuan dokter untuk memberikan sikap yang ramah kepada pasiennya. Pengalaman menyenangkan adalah hasil dari interaksi yang dirasakan oleh pengguna Halodoc setelah menggunakan layanan Halodoc yang membuat pengguna merasa senang serta nyaman saat konsultasi berlangsung. Membantu penyelesaian masalah adalah kemampuan layanan Halodoc yang dapat menyelesaikan permasalahan pengguna dan ketepatan solusi permasalahan. Tindakan yang tepat adalah kemampuan dokter dalam memberikan saran dan hasil akhir dari kesehatan pasien yang membaik setelah menggunakan layanan konsultasi *online*. Meningkatkan perasaan senang adalah perasaan pengguna Halodoc yang senang karena setelah menggunakan layanan, masalah kesehatan mereka membaik dan dapat membantu mengatasi masalah kesehatan dengan lebih efisien.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel di atas dapat digambarkan indikator pengalaman pengguna yang paling dominan adalah indikator kesan yang baik dengan nilai 4,47. Hal ini menandakan bahwa dokter dalam Halodoc memberikan kesan pertama yang baik dan memiliki sikap yang ramah kepada pengguna layanan. Sedangkan indikator dengan nilai terendah adalah indikator membantu penyelesaian masalah dengan nilai 4,38. Hal ini menandakan setelah menggunakan layanan, pengguna belum merasa dokter memberikan penyelesaian masalah kesehatan pengguna dan belum memberikan solusi untuk mengatasi kesehatan sehingga menjadi lebih baik.

B. Analisis Penelitian

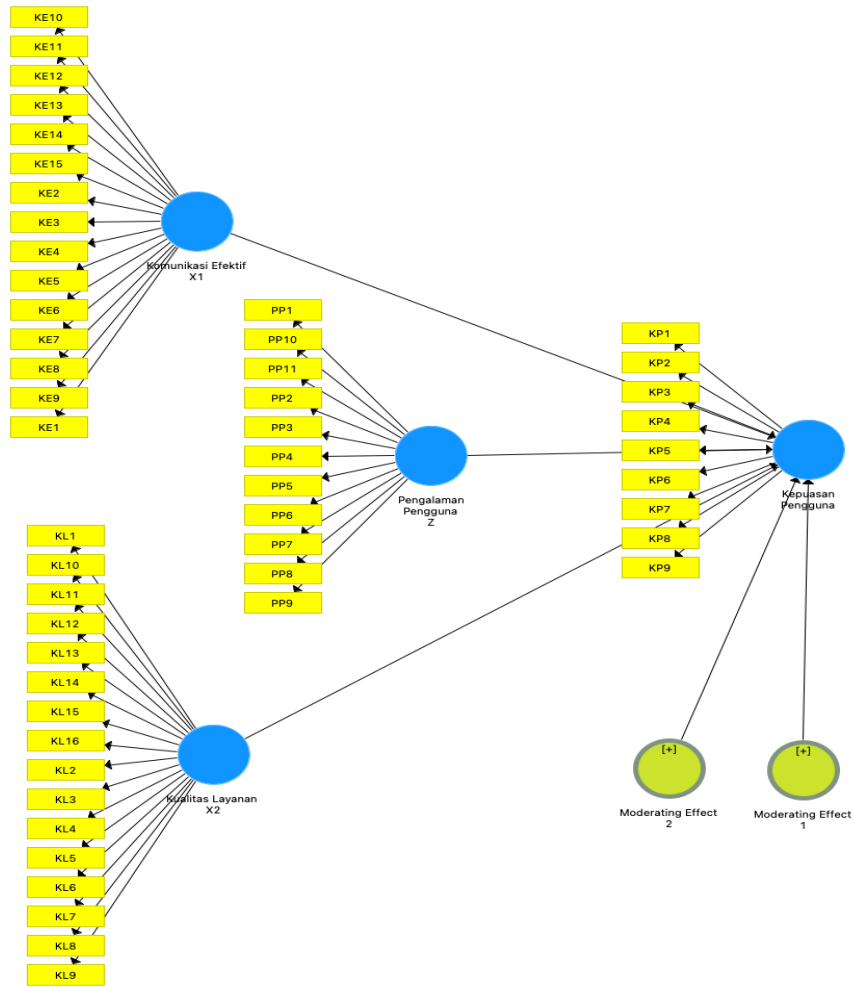
Langkah selanjutnya setelah memetakan temuan penelitian adalah melakukan analisis data guna melihat pengaruh antar variabel menunjukkan pengaruh positif atau negatif, signifikan atau tidak, seberapa besar pengaruhnya dan seberapa baik model serta observasi yang telah dilakukan. Pada penelitian ini, proses analisis data akan dibantu menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0 untuk melakukan analisis SEM-PLS dengan pengujian outer model serta inner model.

1. Measurement Model (Outer Model)

Dalam pengujian outer model isi dari analisis akan berupa hasil dari uji *convergent validity*, *discriminant validity*, dan uji reliabilitas. Tahap pertama yang dilakukan adalah menguji *convergent validity* dan *discriminant validity* menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0.

a. Convergent Validity

Convergent Validity terkait konsep bahwa manifest variable satu konstruk sebaiknya berkorelasi tinggi. Dalam SEM-PLS, untuk mengevaluasi validitas konvergen dapat diperhatikan nilai loading factor setiap indikator, di mana nilai loading factor sebaiknya lebih besar dari 0,7 dan nilai Average Variance Extracted (AVE) sebagai pengujian validitas konvergen wajib lebih besar dari 0,5. Setelah semua kriteria tersebut terpenuhi maka pengujian *convergent validity* sudah selesai.



Gambar 3. 7 Model Pertama Sebelum Pengujian Convergent Validity

Sumber: SmartPLS 3.0

Pembentukan model melalui aplikasi SmartPLS 3.0 dilakukan dengan membuat konstruk terlebih dahulu. Setelah itu memasukkna indikator variabel ke dalam masing-masing konstruk. Kemudian setelah semua indikator variabel sudah dimasukkan Langkah selanjutnya adalah menghubungkan arah pengaruh dan menambahkan moderating effect sehingga didapatkan model seperti gambar di atas. itu Setelah model terbentuk barulah dilakukan pengujian convergent validity sehingga muncul hasil seperti tabel di bawah ini:

Tabel 3. 59

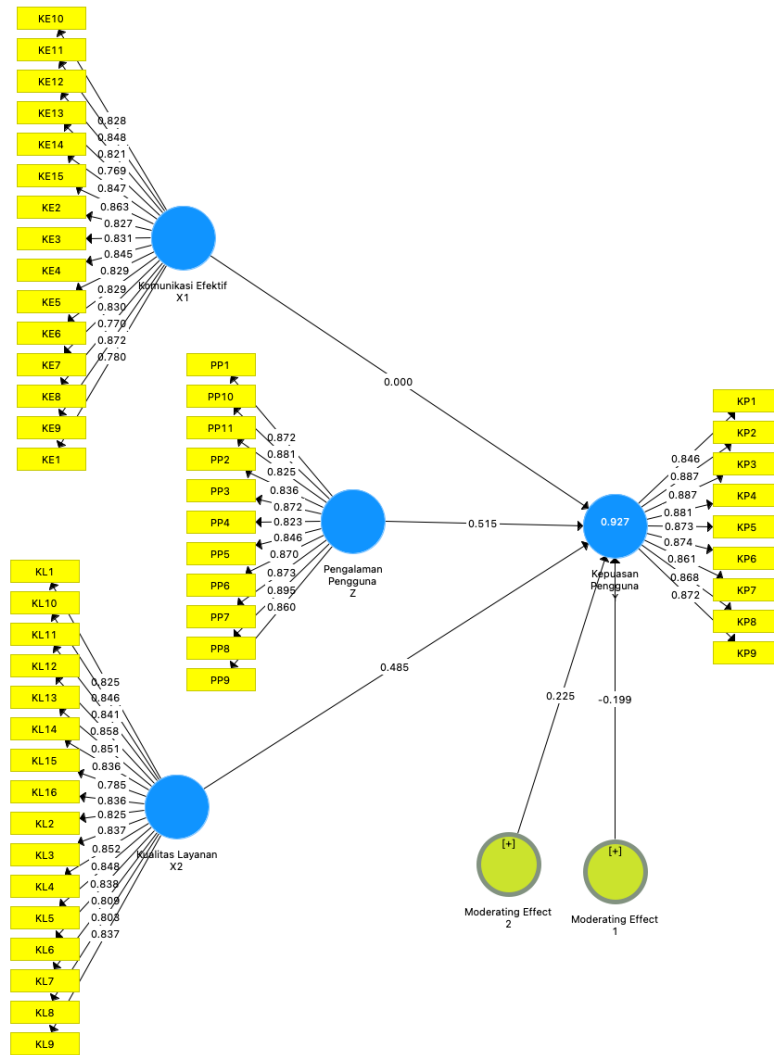
Hasil Nilai Outer Loadings (Loading Factors)

Indikator	Outer Loadings	Keterangan
KE1	0,780	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KE2	0,827	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KE3	0,831	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KE4	0,845	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KE5	0,829	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KE6	0,829	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KE7	0,830	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KE8	0,770	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KE9	0,872	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KE10	0,828	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KE11	0,848	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KE12	0,821	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KE13	0,769	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KE14	0,847	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KE15	0,863	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KL1	0,825	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KL2	0,825	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KL3	0,837	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KL4	0,852	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KL5	0,848	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KL6	0,838	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KL7	0,809	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KL8	0,803	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KL9	0,837	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KL10	0,846	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KL11	0,841	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KL12	0,858	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KL13	0,851	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KL14	0,836	Memenuhi <i>convergent validity</i>

KL15	0,785	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KL16	0,836	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PP1	0,872	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PP2	0,836	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PP3	0,872	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PP4	0,823	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PP5	0,846	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PP6	0,870	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PP7	0,873	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PP8	0,895	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PP9	0,860	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PP10	0,881	Memenuhi <i>convergent validity</i>
PP11	0,825	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KP1	0,846	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KP2	0,887	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KP3	0,887	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KP4	0,881	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KP5	0,873	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KP6	0,874	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KP7	0,861	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KP8	0,868	Memenuhi <i>convergent validity</i>
KP9	0,872	Memenuhi <i>convergent validity</i>

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat dilihat bahwa semua konstruk menghasilkan nilai outer loadings > 0.7 yang berarti bahwa semua indikator konstruk adalah valid. Setelah semua indikator variabel memenuhi *convergent validity* maka dapat dilanjutkan untuk analisis selanjutnya berupa melihat nilai Average Variance Extracted (AVE) di mana wajib lebih besar dari 0,5.



Gambar 3. 8 Model Kedua Setelah Pengujian Convergent Validity

Sumber: SmartPLS 3.0

Setelah pengujian *convergent validity* dengan melihat nilai outer loadings selesai maka tahap selanjutnya adalah melihat nilai Average Variance Extracted (AVE) di mana wajib lebih besar dari 0,5. Temuan analisis nilai AVE adalah sebagai berikut ini:

Tabel 3. 60

Analisis Nilai Konstruk Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
Komunikasi Efektif	0.683

Kualitas Layanan	0.694
Pengalaman Pengguna	0.739
Kepuasan Pengguna	0.761
Moderating Effect 1	1.000
Moderating Effect 2	1.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Komunikasi Efektif, Kualitas Layanan, Pengalaman Pengguna, Kepuasan Pengguna memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0.5. Sehingga semua konstruk sudah memenuhi syarat reliabelitas. Setelah semua kriteria terpenuhi maka pengujian *convergent validity* sudah selesai.

b. Discriminant Validity

Evaluasi discriminant validity dapat memperhatikan nilai cross loading. Masing-masing variabel harus bernilai lebih dari 0,7 dan melihat nilai Fornell Larcker Criterion. Fornell dan Larcker (1981), alternatif pengukuran validitas diskriminan adalah dengan membandingkan akar kuadrat AVE masing-masing konstruk terhadap nilai korelasi antara konstruk-konstruk pada model harus lebih besar dari korelasi antar konstruk laten.

Tabel 3. 61

Analisis Nilai Cross Loading Indikator

	KE	KL	PP	KP
KE1	0,780	0,726	0,721	0,699
KE2	0,827	0,785	0,744	0,730
KE3	0,831	0,785	0,751	0,756
KE4	0,845	0,813	0,819	0,782
KE5	0,829	0,784	0,747	0,778
KE6	0,829	0,781	0,767	0,794
KE7	0,830	0,782	0,698	0,725
KE8	0,770	0,694	0,667	0,687

KE9	0,872	0,814	0,790	0,807
KE10	0,828	0,748	0,731	0,729
KE11	0,848	0,816	0,772	0,789
KE12	0,821	0,790	0,791	0,782
KE13	0,769	0,719	0,709	0,694
KE14	0,847	0,779	0,784	0,781
KE15	0,863	0,835	0,815	0,810
KL1	0,818	0,825	0,766	0,759
KL2	0,754	0,825	0,775	0,753
KL3	0,759	0,837	0,815	0,788
KL4	0,840	0,852	0,808	0,820
KL5	0,828	0,848	0,791	0,797
KL6	0,789	0,838	0,818	0,795
KL7	0,750	0,809	0,717	0,772
KL8	0,739	0,803	0,730	0,739
KL9	0,733	0,837	0,783	0,777
KL10	0,819	0,846	0,813	0,820
KL11	0,745	0,841	0,825	0,796
KL12	0,813	0,858	0,840	0,834
KL13	0,834	0,851	0,788	0,813
KL14	0,799	0,836	0,786	0,797
KL15	0,715	0,785	0,744	0,748
KL16	0,797	0,836	0,820	0,794
PP1	0,832	0,852	0,872	0,817
PP2	0,838	0,834	0,836	0,820
PP3	0,830	0,852	0,872	0,834
PP4	0,731	0,787	0,823	0,791
PP5	0,775	0,776	0,846	0,783
PP6	0,772	0,818	0,870	0,801
PP7	0,800	0,808	0,873	0,835

PP8	0,780	0,818	0,895	0,846
PP9	0,762	0,806	0,860	0,791
PP10	0,756	0,807	0,881	0,811
PP11	0,758	0,799	0,825	0,827
KP1	0,730	0,776	0,797	0,846
KP2	0,818	0,841	0,869	0,887
KP3	0,832	0,846	0,853	0,887
KP4	0,848	0,867	0,855	0,881
KP5	0,830	0,852	0,821	0,873
KP6	0,788	0,826	0,813	0,874
KP7	0,760	0,768	0,789	0,861
KP8	0,799	0,820	0,815	0,868
KP9	0,782	0,825	0,822	0,872

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas, nilai cross loadings untuk setiap indikator adalah nilainya harus lebih besar dari 0.7 dan membandingkan nilai antara indikator itu sendiri harus lebih besar dari nilai antara indikator lainnya. Dengan melihat table di atas maka dapat disimpulkan seluruh nilai dari masing-masing indikator dinyatakan memiliki korelasi yang baik karena memenuhi persyaratan nilai *cross loading* yang nilainya > 0.7 . Tahap berikutnya adalah melakukan analisis nilai Fornell Larcker.

Tabel 3. 62

Analisis Nilai Fornell Larcker Criterion

	KP	KE	KL	Moderating Effect 1	Moderating Effect 2	PP
KP	0,872					
KE	0,917	0,827				
KL	0,946	0,941	0,833			

Moderating Effect 1	-0,478	-0,525	-0,490	1,000		
Moderating Effect 2	-0,487	-0,504	-0,515	0,980	1,000	
PP	0,948	0,913	0,947	-0,519	-0,542	0,860

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dihasilkan bahwa perbandingan akar kuadrat AVE masing-masing konstruk dalam Fornell Larcker Criterion belum lebih besar dari korelasi antar konstruk laten. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan terdapat pernyataan *redundant* yang artinya pernyataan dalam beberapa variabel memiliki kalimat yang sama dan berulang dalam indikator di variabel lain sehingga dianggap kurang unik.

c. Uji Reliabilitas

Dalam menentukan akurasi, konsistensi, serta ketepatan instrumen penelitian dapat digunakan uji reliabilitas. Untuk mengevaluasi reliabilitas dengan indikator refleksif menggunakan SEM-PLS dapat dilangsungkan dengan Composite Reliability di mana hasilnya wajib lebih besar dibanding 0,7.

Tabel 3. 63

Analisis Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Komunikasi Efektif	0.967	0.970
Kualitas Layanan	0.971	0.973
Pengalaman Pengguna	0.965	0.969
Kepuasan Pengguna	0.961	0.966
<i>Moderating Effect 1</i>	1.000	1.000
<i>Moderating Effect 2</i>	1.000	1.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan uji reliabilitas di atas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability untuk seluruh konstruk lebih besar daripada 0,7. Dengan demikian dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik dan dapat dilanjutkan ke tahap penelitian yang selanjutnya dengan menuji inner model guna melihat pengaruh hubungan antar konstruk

2. *Structural Model (Inner Model)*

a. *R-Square*

Evaluasi *R-Square* dilakukan untuk melihat seberapa pengaruh yang timbul dari variabel eksogen terhadap variabel endogen. Model kuat, moderat, dan lemah dapat diindikasikan dari hasil *R-Square* 0.75, 0.50, dan 0.25 secara berurutan.

Tabel 3. 64

Analisis R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Pengguna (KP)	0.927	0.925

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas didapatkan nilai *R-Square* variabel Kepuasan Pengguna (KP) sebesar 0.927 atau 92,7%. Artinya, pengaruh yang dihasilkan dari komunikasi efektif, kualitas layanan, dan pengalaman pengguna terhadap kepuasan pengguna adalah sebesar 92,7% sedangkan pengaruh sisanya yaitu 7,3% adalah pengaruh diluar penelitian ini. Dalam penelitian ini pengaruh yang ditimbulkan dari komunikasi efektif, kualitas layanan dan pengalaman pengguna terhadap kepuasan pengguna adalah substansial (kuat).

b. Uji Hipotesis

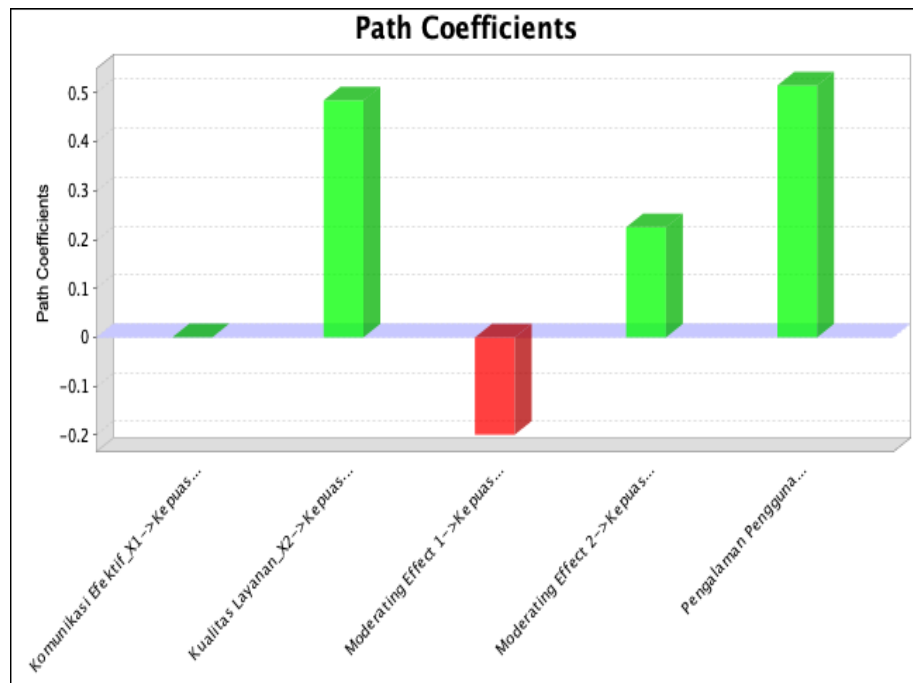
Dalam uji hipotesis dapat dilakukan melalui bootstrapping untuk melihat nilai *Path Coefficients* dan *T-Statistic*. Untuk nilai signifikansi 5% dapat melihat

nilai *T-Statistic*, yaitu menggunakan standar nilai lebih besar daripada >1.96 sehingga dikatakan pengaruhnya signifikan. Tahap awal adalah melihat hasil koefisien jalur atau *path coefficients*.

Tabel 3. 65
Analisis Nilai Path Coefficients

	Kepuasan Pengguna (KP)
Komunikasi Efektif (KE)	0.000
Kualitas Layanan (KL)	0.485
Moderating Effect 1	-0.199
Moderating Effect 2	0.225
Pengalaman Pengguna (PP)	0.515

Sumber: Data primer yang diolah, 2023



Gambar 3. 9 Grafik Hasil Path Coefficients

Sumber: SmartPLS 3.0

Jalur dengan hubungan positif yang paling kuat direfleksikan dari bobot koefisien jalur dengan nilai 0 sampai +1. Hubungan negatif direfleksikan dengan nilai 0 sampai -1. Berdasarkan hasil di atas didapatkan jika komunikasi efektif terhadap kepuasan pengguna (KE → KP), kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna (KL → KP), pengalaman pengguna terhadap kepuasan Pengguna (PP → KP), dan *moderating effect 2* terhadap kepuasan pengguna (KL & PP → KP) menunjukkan arah pengaruh yang positif. Sedangkan *moderating effect 1* terhadap kepuasan pengguna (KE & PP → KP) menunjukkan arah hubungan yang negatif. Selanjutnya adalah melihat nilai T-Statistic untuk melihat pengaruh antar variabel signifikan atau tidak.

Tabel 3. 66 Analisis Nilai T-Statistics

	T- Statistics	P Value	Keterangan
KE → KP	0.003	0.499	Tidak Signifikan
KL → KP	3.476	0.000	Signifikan
Moderating Effect 1 → KP	1.244	0.107	Tidak Signifikan
Moderating Effect 2 → KP	1.364	0.086	Tidak Signifikan
PP → KP	4.376	0.000	Signifikan

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas pengaruh hubungan yang signifikan adalah hubungan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pengguna (KL → KP) dengan nilai *T-Statistics* sebesar $3.476 > 1.96$ dan Pengalaman Pengguna dengan Kepuasan Pengguna (PP → KP) dengan nilai *T-Statistics* sebesar $4.376 > 1.96$. Sedangkan hubungan antara Komunikasi Efektif dengan Kepuasan Pengguna (KE → KP) memiliki nilai *T-Statistics* $0.003 < 1.96$, *Moderating Effect 1* (KE & PP → KP) terhadap Kepuasan Pengguna sebesar $1.244 < 1.96$, dan *Moderating Effect 2* (KL & PP → KP) terhadap Kepuasan Pengguna sebesar $1.364 < 1.96$ adalah tidak signifikan.

Setelah melakukan uji hipotesis dengan melihat arah hubungan dan signifikansi hubungan maka didapatkan hasil berdasarkan tabel di bawah ini:

Tabel 3. 67 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Arah Hubungan	Signifikansi	Keterangan
H1: Pengaruh Komunikasi Efektif Dokter Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Halodoc	Positif	Tidak Signifikan	Ha: Ditolak Ho: Diterima
H2: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Halodoc	Positif	Signifikan	Ha: Diterima Ho: Ditolak
H3: Pengalaman Pengguna Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Halodoc	Positif	Signifikan	Ha: Diterima Ho: Ditolak
H4: Pengalaman Pengguna Memoderasi Komunikasi Efektif dan Kepuasan Pengguna Aplikasi Halodoc	Negatif	Tidak Signifikan	Ha: Ditolak Ho: Diterima
H5: Pengalaman Pengguna Memoderasi Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna Aplikasi Halodoc	Positif	Tidak Signifikan	Ha: Ditolak Ho: Diterima

Sumber: Peneliti

Keterangan:

Ha : Terdapat Pengaruh

Ho: Tidak Terdapat Pengaruh

Berdasarkan hasil di atas dapat ditarik kesimpulan jika terdapat pengaruh yang dihasilkan dari kualitas layanan dan pengalaman pengguna terhadap kepuasan pengguna Halodoc dikarenakan terdapat hubungan yang memiliki arah positif dan signifikan. Namun untuk komunikasi efektif tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya keterbatasan komunikasi non-verbal, hambatan dalam pemeriksaan fisik secara langsung dan akurat, dan durasi waktu konsultasi yang disediakan dalam Halodoc juga dapat menjadi faktor pasien kurang merasa cukup dalam berkonsultasi. Begitu halnya dengan pengaruh moderasi dari pengalaman pengguna terhadap komunikasi efektif dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc. Kepuasan akan lebih dinilai melalui seberapa efektif dan tepat hasil yang pengguna Halodoc dapatkan. Kemampuan dokter dalam berkomunikasi juga lebih dapat memengaruhi kepuasan pengguna daripada bagaimana pengalaman pengguna secara keseluruhan dan kualitas layanan yang menyeluruh, seperti kenadalan, daya tanggap, jaminan keamanan, empati dan bukti fisik memiliki dampak yang lebih besar terhadap kepuasan pasien.

Tahap selanjutnya adalah peneliti ingin melihat apakah observasi dan model yang digunakan sudah baik dan seberapa besar kualitas bauk yang didapatkan dari penelitian ini dengan tujuan sebagai bahan evaluasi pada penelitian ini melalui dua tahap uji. Pertama adalah dengan melihat nilai dari *predictive relevance* (Q^2) guna mengetahui kualitas observasi dan analisis *model fit* guna mengetahui kualitas model penelitian yang digunakan.

3. Penilaian Observasi dan Model Penelitian

Langkah pertama untuk mengevaluasi observasi serta model yaitu dengan melihat nilai *Predictive Relevance* Q^2 melalui analisis *blindfolding*. Apabila nilai $Q^2 > 0$, ini menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif atau observasi yang baik. Namun, jika nilai $Q^2 < 0$, ini mengindikasikan tingkat relevansi prediktif

atau observasi yang rendah dalam model. Hasil analisis *predictive relevance* Q^2 adalah sebagai berikut ini:

Tabel 3. 68

Analisis Nilai Predictive Relevance

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Kepuasan Pengguna (KP)	1656.000	509.607	0.692
Komunikasi Efektif (KE)	2760.000	2760.000	
Kualitas Layanan (KL)	2944.000	2944.000	
Moderating Effect 1	184.000	184.000	
Moderating Effect 2	184.000	184.000	
Pengalaman Pengguna (PP)	2024.000	2024.000	

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pada table di atas dapat dilihat jika hasil Q^2 adalah 0.692 yang nilainya > 0 . Hal ini menunjukkan jika relevansi prediktif atau observasi yang dilakukan dalam penelitian ini baik. Q^2 *predictive relevance* bernilai 0.02, 0.15, 0.35 menyatakan lemah, moderat, dan kuat. Dalam penelitian ini didapatkan nilai observasi sebesar 0.692 sehingga dinyatakan kuat atau model dalam penelitian ini memiliki kekuatan prediksi yang baik.

Berikutnya peneliti akan melakukan evaluasi terhadap kecocokan model penelitian dengan melihat nilai SRMR. SRMR adalah sebuah ukuran yang mengindikasikan sejauh mana model peneliti sesuai dengan data yang diamati. Semakin rendah nilai SRMR maka akan semakin baik kesesuaian modelnya. jika nilai SRMR lebih kecil dari 0,10 maka sudah dapat dinyatakan baik. Berikut ini hasil evaluasinya:

Tabel 3. 69 Analisis Model Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,046	0,047
d_ULS	2,832	2,868
d_G	6,292	6,266
Chi-Square	4484,325	4491,205
NFI	0,684	0,684

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table di atas dapat dilihat jika nilai SRMR adalah sebesar 0.047 di mana nilai ini <0.10. Artinya adalah model yang digunakan dalam penelitian sudah baik.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Komunikasi Efektif Antara Dokter-Pasien Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Halodoc

Komunikasi adalah hal penting dalam interaksi antara dokter-pasien. Melalui proses komunikasi, pasien dapat menyampaikan keluhan dan pendapat mereka. Penting bagi dokter untuk memahami keluhan pasien. Komunikasi efektif merupakan komunikasi dengan tujuan agar komunikan paham dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator serta dapat memberikan umpan balik yang sesuai dengan pesan tersebut (Prihanti, 2017). Dalam melakukan komunikasi kesehatan, komunikasi yang efektif dapat berkorelasi dengan kepuasan pasien. Dalam penelitian ini komunikasi efektif diukur menggunakan indikator berupa *respect*, *empathy*, *audible*, *clarity*, dan *humble*.

Berdasarkan hasil penelitian ini didapatkan bahwa komunikasi efektif dokter dalam aplikasi Halodoc sendiri memiliki nilai “Sangat Baik”, yaitu sebesar 57% dan diikuti dengan skor “Baik” dengan persentase sebesar 39%. Dengan demikian dapat diartikan bahwa komunikasi efektif dari dokter di Halodoc menurut responden dinilai sangat baik apabila dilihat dari indikator komunikasi efektif yang diteliti.

Namun berdasarkan uji statistik yang telah dilakukan, komunikasi efektif dokter-pasien dalam aplikasi Halodoc tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi. Melihat hasil dari *T-Statistics* sebesar 0.003 di mana nilai tersebut < 1.96 yang menandakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Hal tersebut dapat terjadi karena adanya keterbatasan komunikasi non-verbal, seperti, ekspresi wajah, kondisi tubuh, dan kontak fisik yang dapat membantu untuk memahami kondisi emosional dan fisik pasien. Konsultasi kesehatan yang dilakukan secara *online* menjadi salah satu hambatan dalam pemeriksaan fisik secara langsung dan akurat. Oleh karena itu dokter tidak dapat memberikan rencana perawatan yang sesuai dan akibatnya kondisi pasien tidak membaik. Hal ini juga dapat menjadi salah satu faktor mengapa komunikasi efektif antara dokter-pasien tidak berpengaruh kepada kepuasan pengguna. Meskipun dokter sudah memberikan kemampuan komunikasi yang efektif agar pasien paham dengan penjelasan dokter, tapi jika diagnosa tersebut kurang sesuai dengan keluhan pasien maka pasien yang menjadi pengguna Halodoc tidak akan merasa puas dalam menggunakan layanan tersebut.

Durasi waktu konsultasi yang disediakan di Halodoc juga dapat menjadi faktor yang menyebabkan pasien kurang merasa cukup dalam berkonsultasi. Didukung dengan pendapat Cohen (1996) yang mengamati bahwa sumber utama ketidakpuasan pasien terhadap kualitas layanan kesehatan adalah karena kurangnya kesempatan untuk bertanya, penjelasan yang tidak jelas, waktu konsultasi yang tidak memadai dengan dokter, dan sikap dokter itu sendiri (dalam Atinga, Nkrumah, & Domfeh, 2019). Teori kognitif sosial menekankan pada hubungan antara faktor kognitif (pemikiran) serta sosial (interaksi dengan lingkungan) dalam membentuk perilaku individu. Teori ini memiliki asumsi jika interaksi antara aspek lingkungan, faktor personal, dan faktor perilaku akan memengaruhi tindakan seseorang (Wu et al., 2021). Di mana faktor internal berupa keadaan psikologis dan faktor lingkungan berupa komunikasi antara dokter dan pasien akan berdampak pada faktor perilaku individu yang mengarah pada kepuasan pengguna Halodoc.

Dalam penelitian ini indikator *empathy* dan *audible* menjadi indikator terendah yang memiliki pengaruh dalam kepuasan pengguna. Artinya komunikasi yang dilakukan oleh dokter kepada pasien kurang menunjukkan kemudahan untuk memberikan pesan yang dapat dipahami pasien serta pengguna Halodoc kurang merasa dokter memberikan empati saat sesi konsultasi pasien. Proses konsultasi yang dilakukan secara online kemudian tidak dapat menunjukkan apakah dokter memang menunjukkan sikap empati kepada pasiennya. Hal ini terjadi karena dalam proses konsultasi online, interaksi berlangsung melalui perantara mesin. Sehingga dapat diasumsikan bahwa dalam proses konsultasi dokter bisa saja hanya memberikan jawaban sopan yang memang sudah disiapkan untuk pasien.

Durasi waktu konsultasi selama 30 menit juga dapat menjadi alasan mengapa komunikasi efektif tidak menjadi variabel yang signifikan. Hal ini terjadi karena melalui model komunikasi secara online ini pasti muncul kendala-kendala teknis seperti masalah sinyal dan *slow response* yang membuat waktu konsultasi berkurang. Pengguna menjadi tidak memiliki kesempatan untuk bertanya lagi mengenai pesan yang disampaikan oleh dokter. Sejalan dengan penelitian milik Jannah, Darmi, & Rochmayanti (2017) yang menunjukkan jika dimensi *respect* dan *empathy* pada variabel komunikasi efektif tidak berpengaruh signifikan pada tingkat kepuasan pasien. Hal ini diakibatkan dari adanya hambatan dalam persepsi pasien terhadap komunikasi itu sendiri. Hambatan tersebut berupa hambatan sosiologis dan hambatan psikologis.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Halodoc

Kualitas layanan merupakan seberapa jauh penilaian pengguna terhadap layanan memenuhi dan/atau melebihi harapan mereka (Boadi, Wenxin, & Mentum-Micah, 2019). Kualitas layanan merupakan tindakan yang ditandai pada kepuasan harapan pelanggan. Dalam penelitian ini kualitas layanan diukur melalui dimensi berupa *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibility*.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, kualitas dari layanan *chat* dengan dokter di aplikasi Halodoc memiliki nilai “Sangat Baik”, yaitu sebesar 53% dan diikuti dengan nilai “Baik” dengan persentase sebesar 41%. Dengan demikian

dapat diartikan bahwa kualitas layanan Halodoc menurut responden dinilai sangat baik apabila dilihat dari indikator kualitas layanan yang diteliti. Didapatkan pula bahwa hasil uji hipotesis kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc, yaitu dengan nilai *T-Statistics* sebesar 3.476 > 1.96.

Dokter dalam melayani pasien telah memberikan respon yang cepat kepada pasiennya, tepat waktu saat sesi konsultasi berlangsung, dan memberikan saran yang sesuai dengan keluhan pasiennya. Selain itu aplikasi Halodoc juga memberikan rasa aman bagi penggunaannya. Seperti tidak menyebarkan data pribadi pengguna, proses transaksi yang aman dan juga ketika sesi konsultasi dibatalkan uang dari pengguna Halodoc akan dikembalikan. Berdasarkan hasil responden juga dinyatakan jika dokter memahami pasien dan memiliki sikap empati sehingga pengguna Halodoc sebagai pasien akan merasa nyaman dan puas saat menggunakan layanan di Halodoc. Hal ini juga sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini. teori kognitif sosial yang menyatakan bahwa faktor lingkungan seperti kualitas layanan akan memengaruhi kepuasan pengguna. Teori ini menjelaskan bahwa interaksi antara dua dari tiga faktor dapat berinteraksi dan akhirnya akan memengaruhi faktor yang ketiga.

Indikator *assurance* menjadi indikator kualitas layanan yang paling tinggi. Layanan konsultasi *online* memberikan rasa aman dan privasi pengguna ketika menggunakan layanan elektronik. Pengguna menganggap privasi dalam konsultasi *online* ini aman, di mana saat proses konsultasi tidak ada yang mendengar pembicaraan selain dokter yang berada di ruang konsultasi online. Hal ini dapat membuat pengguna Halodoc lebih merasa nyaman dan aman. Hasil ini juga didukung dengan riset sebelumnya seperti riset oleh Lokantari & Kristaung (2022) yang memiliki hasil penelitian berupa kualitas layanan *telemedicine* memiliki dampak positif pada kepuasan pengguna serta riset milik Lu et al. (2021) yang memiliki hasil kualitas teknis dan kualitas fungsional berkontribusi secara signifikan atas kepuasan pasien.

3. Pengaruh Pengalaman Pengguna Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Halodoc

Pengalaman adalah hasil dari serangkaian hubungan konsumen dengan produk, bisnis, atau komponen organisasi yang mengakibatkan adanya respons pada pelanggan (Sari, Rivai, & Amirrudin, 2021). Pengalaman pengguna adalah mengenai pengalaman pengguna ketika menggunakan atau berinteraksi memakai produk digital (Thufailah & Hapsari, 2021). Pengalaman pengguna dalam penelitian ini diukur melalui indikator kesan yang baik, pengalaman menyenangkan, membantu penyelesaian masalah, tindakan yang tepat, meningkatkan perasaan senang. Semakin banyak manfaat yang diperoleh melalui layanan dan semakin mudah digunakan, maka akan semakin memuaskan penggunaannya.

Hasil penelitian ini mendapatkan jika pengalaman pengguna berhasil mendapatkan nilai “Sangat Baik”, yaitu sebesar 47% dan diikuti dengan skor “Baik” dengan persentase sebesar 46%. Dengan demikian dapat diartikan bahwa pengalaman pengguna Halodoc dari responden penelitian dinilai sangat baik apabila dilihat dari indikator pengalaman pengguna yang diteliti. Hasil uji hipotesis penelitian ini juga menunjukkan hasil yang signifikan. Dilihat melalui nilai *T-Statistics* sebesar $4.376 > 1.96$. Kesimpulannya adalah pengalaman pengguna Halodoc dapat memengaruhi kepuasan pengguna dengan signifikan. Semakin positif pengalaman pengguna maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna Halodoc.

Kesan yang baik menjadi indikator pengalaman pengguna yang paling tinggi. Hal ini menandakan bahwa dokter dalam Halodoc memberikan kesan pertama yang baik dan memiliki sikap yang ramah kepada pengguna layanan. Kesan baik dan sikap ramah dalam konsultasi *online* dapat terlihat melalui penggunaan bahasa dan emoji atau simbol tertentu yang dapat menambahkan dimensi emosional serta membantu menyampaikan sikap atau perasaan tertentu. Misalnya, emoji senyum atau hati dapat menunjukkan kepedulian atau kehangatan. Selain itu meskipun suara fisik tidak hadir dalam komunikasi *online*, *tone of voice* dalam tulisan dapat mencerminkan sikap dan emosi. Menggunakan *tone* yang positif dan mendukung akan membantu menciptakan kesan yang ramah. Hal ini membuat pengguna

Halodoc merasakan pengalaman positif terhadap layanan konsultasi *online* sehingga merasa puas.

Pengalaman akan menjadi elemen yang krusial dalam kepuasan pengguna. Penelitian ini menemukan bahwa pengguna mendapatkan kesan yang ramah dan baik dari dokter dalam sesi konsultasi *online*, pengguna juga merasa nyaman dalam berinteraksi, dokter memberikan solusi atau saran dalam mengatasi permasalahan kesehatan pengguna Halodoc. Dengan mendapatkan pengalaman yang positif maka pengguna Halodoc merasa puas setelah menggunakan layanan *chat* dengan dokter karena merasakan manfaatnya. Hasil ini juga didukung oleh riset sebelumnya milik Sari, Rivai, & Amirrudin (2021) yang memiliki hasil bahwa hubungan antara pengalaman pasien dan kepuasan pasien ditemukan signifikan.

4. Pengalaman Pengguna Memperkuat Hubungan Komunikasi Efektif dan Kepuasan Pengguna

Variabel moderasi merupakan variabel yang menunjukkan korelasi dari variabel eksogen dan variabel moderator dalam memengaruhi variabel endogen. Riset ini mempunyai variabel moderasi berupa pengalaman pengguna. Pengalaman pengguna (*user experience*) merujuk pada bagaimana seseorang mengalami atau berinteraksi dengan sebuah produk digital saat digunakan (Thufailah & Hapsari, 2021). Keterampilan komunikasi yang baik adalah hal yang tidak dapat diabaikan dalam konsep dasar perawatan, karena berkomunikasi dengan efektif dapat membantu mengurangi risiko kesalahan medis, memastikan hasil yang lebih baik bagi pasien, serta meningkatkan kepuasan pasien (Lang, 2012). Komunikasi yang buruk antara dokter-pasien akan menjadi pengalaman yang tidak menyenangkan bagi pasien dan berdampak pada kepuasan pengguna.

Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa pengalaman pengguna tidak memperkuat pengaruh hubungan komunikasi efektif dokter-pasien terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc. Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan melihat nilai T-Statistics didapatkan bahwa efek moderasi 1 memiliki T-Statistics sebesar 1.244 di mana < 1.96 . Hal ini menunjukkan hubungan komunikasi efektif dengan kepuasan pengguna tidak berbeda pada responden yang memiliki pengalaman baik terhadap layanan Halodoc. Dengan kata lain tidak terdapat

perbedaan terhadap penilaian komunikasi efektif dari orang yang memiliki pengalaman baik dan tidak. Meskipun responden mendapatkan pengalaman baik dalam komunikasi, jika solusi atau saran yang diberikan tidak sesuai atau tidak memuaskan bagi pengguna, ini dapat memengaruhi kepuasan mereka.

Pengalaman pengguna dalam konteks *telemedicine* tidak memperkuat pengaruh komunikasi efektif terhadap kepuasan pengguna dapat terjadi karena beberapa faktor. Seperti komunikasi dalam konsultasi secara *online* memiliki keterbatasan komunikasi non-verbal, seperti, ekspresi wajah, kondisi tubuh, dan kontak fisik yang dapat membantu untuk memahami kondisi emosional dan fisik pasien. Selain itu kendala teknis seperti koneksi yang dapat mengurangi durasi konsultasi. Pengguna layanan juga tidak bisa secara langsung melihat apakah dokter memang bersikap ramah pada saat konsultasi berlangsung atau hanya memberikan jawaban sopan yang *template*. Sebagai contoh, meskipun pengalaman memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna, namun kepuasan akan lebih dinilai melalui seberapa efektif dan tepat hasil yang pengguna Halodoc dapatkan. Hal ini juga sesuai dengan penelitian milik Riskiyah, Hariyanti, & Juhariah (2017) yang menyatakan bahwa kemampuan dokter dalam berkomunikasi juga lebih memengaruhi kepuasan pengguna daripada pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Interaksi antara dokter dan pasien memiliki dampak signifikan kepada tingkat kepatuhan dalam pengobatan, meningkatkan kepuasan pasien, dan pada akhirnya memberikan manfaat yang positif terhadap hasil pengobatan. Dengan demikian dalam penelitian ini pengalaman pengguna yang baik tidak memiliki pengaruh untuk meningkatkan kepuasan pengguna dari komunikasi efektif.

5. Pengalaman Pengguna Memperkuat Hubungan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna

Pengalaman pengguna dalam penelitian ini tidak memperkuat pengaruh pada hubungan kualitas layanan dan kepuasan pengguna aplikasi Halodoc. Variabel pengalaman pengguna dalam penelitian ini memang secara langsung memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc. Namun tidak sebagai variabel moderasi. Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini ditemukan nilai T-Statistics sebesar 1.364 di mana nilai ini < 1.96 . Hal ini menunjukkan hubungan kualitas layanan dengan kepuasan pengguna tidak

berbeda pada responden yang memiliki pengalaman baik dan tidak terhadap layanan Halodoc.

Pengalaman pengguna dalam konteks *telemedicine* tidak memperkuat pengaruh pada hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pengguna dapat terjadi karena beberapa faktor. Seperti dikarenakan responden dalam penelitian ini merasa jika suatu layanan memiliki kualitas yang tinggi maka layanan ini akan dijadikan sebagai layanan sudah berhasil memenuhi harapan mereka sehingga perbedaan pengalaman yang dirasakan responden tidak memengaruhi rasa kepuasan mereka. Selain itu juga karena pengaruh dari kualitas layanan akan menjadi faktor yang lebih dominan dalam menentukan kepuasan pengguna. Meskipun dalam penelitian ini didapatkan jika pengalaman pengguna secara langsung memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan pengguna, tetapi kualitas layanan yang menyeluruh, seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibility* memiliki dampak yang lebih besar terhadap kepuasan pasien.

Hasil ini juga didukung dengan hasil penelitian berupa kepuasan tidak terpengaruh oleh efek moderasi pengalaman, di mana pengalaman pengguna hanya memengaruhi tingkat kepuasan dalam aplikasi melalui kegunaan yang nantinya dirasakan sebagai kemudahan penggunaan oleh pengguna berpengalaman serta kemudahan akses dan kepercayaan oleh pengguna pemula (Cabanillas, Leiva, Fernández, & Jesús, 2015). Sehingga pengalaman pengguna tidak memberikan peningkatan terhadap hubungan kualitas layanan dengan kepuasan pengguna. Namun jika menggunakan tingkat signifikan 0,1 hipotesis ini masih dapat diterima dan dapat dinyatakan bahwa pengalaman pengguna memperkuat hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pengguna Halodoc.

BAB IV

PENUTUP

A. Simpulan

Setelah melakukan penelitian ini, berhasil didapatkan bahwa pengaruh yang dihasilkan dari komunikasi efektif, kualitas layanan, dan pengalaman pengguna terhadap kepuasan pengguna adalah sebesar 92,7% sedangkan pengaruh sisanya yaitu 7,3% adalah pengaruh diluar penelitian ini. Dalam penelitian ini pengaruh yang ditimbulkan dari komunikasi efektif, kualitas layanan dan pengalaman pengguna terhadap kepuasan pengguna adalah substansial (kuat). Selanjutnya hipotesis yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dari pengaruh komunikasi efektif (X1) terhadap kepuasan pengguna (Y) memiliki pengaruh yang positif tidak signifikan dengan nilai *T-Statistics* sebesar sebesar 0.003 di mana nilai tersebut < 1.96 yang menandakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan nilai dari *path coefficients* sebesar 0.000. Dengan demikian H_a ditolak dan H_o diterima yang artinya hubungan antara komunikasi efektif dokter-pasien (X1) dan kepuasan pengguna aplikasi Halodoc (Y) tidak memiliki pengaruh yang signifikan.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dari pengaruh kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) didapatkan memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai *T-Statistics* sebesar $3.476 > 1.96$ dan nilai *path coefficient* sebesar 0.485. Dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya hubungan antara kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc (Y) memiliki pengaruh yang signifikan.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis dari pengaruh pengalaman pengguna (Z) terhadap kepuasan pengguna (Y) didapatkan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif dengan nilai *T-Statistics* sebesar $4.376 > 1.96$ dan nilai *path coefficient* sebesar 0.515. Dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya hubungan antara pengalaman pengguna (Z) dan kepuasan pengguna aplikasi Halodoc (Y) memiliki pengaruh. Semakin positif pengalaman pengguna maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna Halodoc.

4. Berdasarkan pengujian hipotesis dari pengalaman pengguna (Z) memperkuat hubungan komunikasi efektif (X1) terhadap kepuasan pengguna (Y) didapatkan nilai *T-Statistics* sebesar 1.244 di mana < 1.96 dan nilai *path coefficient* sebesar -0.199. Artinya pengalaman pengguna terhadap komunikasi efektif dan kepuasan pengguna aplikasi Halodoc berpengaruh negatif tidak signifikan. Hal ini dapat terjadi karena beberapa faktor, seperti meskipun pengalaman memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna, namun kepuasan akan lebih dinilai melalui seberapa efektif dan tepat hasil yang pengguna Halodoc dapatkan. Kemampuan dokter dalam berkomunikasi juga lebih dapat memengaruhi kepuasan pengguna daripada bagaimana pengalaman pengguna secara keseluruhan.
5. Berdasarkan pengujian hipotesis dari pengalaman pengguna (Z) memperkuat hubungan kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) didapatkan nilai *T-Statistics* sebesar $1.364 < 1.96$ dan nilai *path coefficient* sebesar 0.225. Artinya pengalaman pengguna (Z) terhadap kualitas layanan (X2) dan kepuasan pengguna aplikasi Halodoc (Y) berpengaruh positif tidak signifikan. Seperti pengaruh dari kualitas layanan akan menjadi faktor yang lebih dominan dalam menentukan kepuasan pengguna. Meskipun dalam penelitian ini didapatkan jika pengalaman pengguna secara langsung memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan pengguna, tetapi kualitas layanan yang menyeluruh, seperti kenadalan, daya tanggap, jaminan keamanan, empati dan bukti fisik memiliki dampak yang lebih besar terhadap kepuasan pasien.

B. Keterbatasan Penelitian

Selama penyusunan penelitian tidak selamanya berjalan dengan lancar. Pasti terdapat satu dua hal yang menjadi hambatan dan kekurangan penelitian yang dapat disebutkan sebagai berikut ini:

1. Tidak adanya penelitian terdahulu yang mendekati judul penelitian ini. Akibatnya penulis hanya dapat mengandalkan penelitian dari masing-masing variabel yang tidak terlalu mirip. Penulis kemudian harus menghubungkan hasil penelitian tersebut menjadi satu pembahasan seperti penelitian ini.

2. Keterbatasan jumlah sampel, tenaga, dan waktu sehingga tidak bisa mengumpulkan sampel dalam jumlah yang besar
3. Penelitian ini dibatasi oleh fokus dalam satu platform *telemedicine*, yaitu Halodoc saja. Akibatnya temuan ini tidak sepenuhnya mencerminkan variasi yang mungkin ada di antara platform lainnya.

C. Implikasi Manajerial

Implikasi merupakan dampak yang dapat diimplementasikan dalam konteks manajemen sebuah organisasi atau bisnis berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan. Dari hasil penelitian ini terlihat jika variabel kualitas layanan dan pengalaman pengguna memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna Halodoc dibandingkan dengan variabel komunikasi efektif. Adapun implikasi manajerial yang dapat dilakukan pihak manajemen guna meningkatkan pengaruh variabel kualitas layanan dan pengalaman pengguna terhadap kepuasan pengguna, antara lain :

1. Praktis

- a. Memperhatikan pengalaman pengguna seperti melakukan inovasi layanan guna memperbaiki dan menyempurnakan kekurangan layanan. Melalui pengembangan inovasi layanan maka dapat menghasilkan layanan yang lebih optimal. Manajemen dapat mempertimbangkan fitur-fitur atau pilihan tambahan untuk meningkatkan interaksi yang lebih baik berdasarkan pengalaman unik pengguna. Pengembangan layanan *telemedicine* yang berkelanjutan dan inovatif dapat meningkatkan aksesibilitas, efektivitas, dan penerimaan pengguna terhadap platform tersebut.
- b. Halodoc harus terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan dalam konsultasi *online* guna mempertahankan tingkat kepuasan penggunaannya. Tenaga kesehatan Halodoc bisa memperhatikan kemampuan dalam memberikan respon kepada penggunaannya. Caranya dapat dengan memberikan pelatihan tenaga kesehatan yang terlibat dalam konsultasi online untuk dapat memberikan informasi dengan jelas dan memberikan pelayanan yang efektif melalui platform digital. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian di mana kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan dalam kepuasan pengguna.

2. Akademis

- a. Bagi kalangan akademis penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi baru dari segi pengetahuan untuk memperkaya ilmu akademik.
- b. Melakukan penelitian lebih lanjut mengenai moderasi pengalaman pengguna. Maka dari itu untuk pihak manajemen dapat mendukung penelitian lebih lanjut untuk memahami bagaimana variabel ini dapat menjadi lebih relevan atau signifikan dalam konteks layanan *telemedicine*.
- c. Manajemen dapat mendukung penelitian perbandingan dengan platform *telemedicine* lainnya untuk memahami apakah temuan ini bersifat unik untuk Halodoc atau apakah terdapat tren yang serupa dalam industri ini. Melalui pendekatan manajerial ini diharapkan Halodoc dapat terus meningkatkan layanan mereka dan berkontribusi pada perkembangan pengetahuan di bidang *telemedicine*.

D. Saran

Peneliti akan memberikan saran yang sekiranya dapat membantu penyusunan penelitian selanjutnya serta saran bagi perusahaan yang diteliti sebagai berikut ini:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Mengembangkan atau mematahkan hasil penelitian yang tidak signifikan dan negatif agar dapat memperkuat teori para ahli.
- b. Perluas ukuran sampel penelitian untuk meningkatkan kekuatan statistik dan generalisasi hasil penelitian kepada populasi yang lebih besar.
- c. Gunakan model SEM-PLS sebagai metode yang dapat memberikan hasil lebih akurat dan mudah untuk dipahami.

2. Bagi Perusahaan

Kualitas layanan yang diberikan Halodoc kepada penggunanya telah terbukti melalui penelitian ini dapat memberikan kepuasan bagi penggunanya. Namun dalam segi komunikasi efektif, Halodoc dapat lebih meningkatkan lagi kemampuan komunikasi tenaga kesehatan dengan memberikan pelatihan, pengoptimalisasian platform *chat* agar dapat memberikan respon yang cepat, dan juga memberikan edukasi kepada pengguna agar dapat memaksimalkan konsultasi *online* termasuk

cara menyampaikan keluhan atau pertanyaan secara efektif sehingga meningkatkan efisiensi dan kepuasan dalam interaksi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, S., Bakti, I. Y., Yaman, A., & Sumaedi, S. (2023). Covid-19 Preventive Behaviors and Digital Health Communication Media Usage Model. *Cogent Social Science*. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2258663>
- Alfarizi, M., & Nuryana, A. (2019). Komunikasi Efektif Interprofesi Kesehatan Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Rumah Sakit. *Ettisal*.
- Annur, C. M. (2022, April 7). databoks. Retrieved from Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/07/layanan-telemedicine-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-apa-saja>
- Ariadanan, A. K., & Chusumastuti, D. (2022). Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi Aplikasi Telemedicine Halodoc terhadap Kepuasan Pengguna pada Follower Akun Twitter @Halodocid. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi & Komunikasi*, 119-136.
- Aryani, D., Yusup, M., & Ilamsyah. (2018). Indikator User Satisfaction dalam Aplikasi E-Lecture (Video Peer-Evaluation pada Online CBL). *11(1)*, 245-256.
- Asnawi, A., Awang, Z., Afthanorhan, A., Mohammad, M., & Karim, F. (2019). The Influence of Hospital Image and Service Quality on Patients' Satisfaction and Loyalty. 911-920.
- Astuti, E. D., & Sintesa, N. (2020). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Pesan Antar Makanan. *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 154-158.
- Atinga, R. A., Nkrumah, G. A., & Domfeh, K. A. (2019). Managing healthcare quality in Ghana: a necessity of patient satisfaction. *International Journal of Health Care*, 548-563. <http://dx.doi.org/10.1108/09526861111160580>
- Biglu, M.-H., Nateq, F., Ghojazadeh, M., & Asgharzadeh, A. (2017). Communication Skills of Physicians and Patients' Satisfaction. *Mater Sociomed*.
- Boadi, E. B., Wenxin, W., & Mentum-Micah, G. (2019). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Ghana hospitals: A PLS-SEM Approach. *Canadian Journal of Applied Science and Technology*.
- Burhan, F. A. (2021, Maret 23). *Strategi Halodoc Pasca-Pandemi: Ekspansi ke Daerah - Tambah Layanan* Artikel ini telah tayang di [Katadata.co.id](https://katadata.co.id) dengan judul "Strategi Halodoc Pasca-Pandemi: Ekspansi ke Daerah - Tambah Layanan" , <https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/6059cd3325c85>. Retrieved from

- <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6059cd3325c85/strategi-halodoc-pasca-pandemi-ekspansi-ke-daerah-tambah-layanan>
- Cabanillas, F., Leiva, F. M., Ferná ndez, J., & Jesu ´s, M.-d. (2015). The moderating effect of user experience on satisfaction with electronic banking: empirical evidence from the Spanish case. *Inf Syst E-Bus Manage*.
- Chabibah, A. N., & Kusumayati, A. (2021). 146. Hubungan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Platform Halodoc Di Jabodetabek Tahun 2021. *NersMid Jurnal Keperawatan dan Kebidanan*, 146-157.
- Chandra, S. 2014. The Impact of Customer Experience toward Customer Satisfaction and Loyalty of Ciputra World Surabaya. *iBuss Mangement*, Volume 2, Number 2, Pages 1-11.
- Creswell, J. H. (2017). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Crunchbase. (2023, Oktober 11). Retrieved from <https://www.crunchbase.com/organization/halodoc>
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia.
- Dewi, A. P., Ellitan, L., & Pradana, D. W. (2022). Analisa Pengaruh Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Di Mc Donald’s Raya Darmo Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA)*, 121-129.
- Evert, D. P. (2020). Komunikasi Interpersonal dalam Konsultasi Dokter Estetika dengan Pasien Melalui Media Sosial Whatsapp. *Buana Komunikasi*, 127-136.
- Fadhila, N. A., & Diansyah. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pasien sebagai Variabel Intervening di Klinik Syifa Medical Center. *Media Studi Ekonomi*.
- Febiola, F. A., & Samanhudi, D. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Aplikasi Halodoc dengan Menggunakan Metode SERVQUAL. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*.
- Febriantoro, J. (2020). Relasi, interaksi dan komunikasi interpersonal dokter-pasien dalam pelayanan kesehatan. *CoMPHI Journal: Community Medicine and Public Health of Indonesia Journal*, 8-14.

- Fourianalistyawati, E. (2012). Komunikasi yang Relevan dan Efektif Antara Dokter dan Pasien. *Jurnal Psikogenesis*.
- Fransiska, C., & Bernarto, I. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Keberlanjutan Penggunaan pada Pengguna Aplikasi Kesehatan. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Garson, G. (2016). *Partial Least Square: Regression & Structural Equation Models*. Asheboro, USA, North Carolina: Statistical Publishing Associates.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Haeruddin, M., & Haeruddin, M. (2020). The Effect of Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Kartu As Products in Makassar City. *Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 227-234.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5 ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Halodoc. (2021, April 23). *Lima Tahun Berinovasi, Halodoc Terus Fokus Jawab Tantangan Kesehatan di Indonesia*. Retrieved from <https://www.halodoc.com/media/lima-tahun-berinovasi-halodoc-terus-fokus-jawab-tantangan-kesehatan-di-indonesia>
- Halodoc. (n.d). *Media Halodoc*. Retrieved from <https://www.halodoc.com/media>
- Halodoc. (2023, Juli 28). *Halodoc Has Successfully Completed Series D Funding Round, Serving the Nation with more Accessible Healthcare*. Retrieved from <https://www.halodoc.com/media/halodoc-has-successfully-completed-series-d-funding-round-serving-the-nation-with-more-accessible-healthcare>
- Hassenzahl, M., & Tractinsky, N. (2006). User experience – a research agenda. *Behaviour & Information Technology*, 91-97.
- Herawati, E. (2011). Komunikasi Dalam Era Teknologi Komunikasi Informasi. *Humaniora*, 100-109.
- Intanny, V. A., Widiyastuti, I., & Perdani, M. D. (2018). Pengukuran Kebergunaan dan Pengalaman Pengguna Marketplace Jogjaplaza.id dengan Metode UEQ dan USE Questionnaire. *Jurnal Pekommas*, 3, 117-126.

- Jannah, M., Darmini, D., & Rochmayanti, D. (2017). Komunikasi Efektif Berperan dalam Meningkatkan Kepuasan Pasien di Instalasi Radiologi. *Jurnal LINK*, 28-33.
- Juliandi, A., Irfan, Manurung, S., & Satriawan, B. (2016). Mengolah Data Penelitian Bisnis dengan SPSS. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Kassim, N., & Abdullah, N. A. (2010). The Effect of Perceived Service Quality Dimensions On Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty in E-Commerce Settings A Cross Cultural Analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 351-371.
- Konsil Kedokteran Indonesia . (2006). Komunikasi Efektif Dokter-Pasien. Jakarta.
- Kusniati, R., Farida, N., & Sudiro. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa dan Nilai Pelanggan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Melalui Kepuasan Pasien di Poli Umum di RSISA Semarang. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 4(2), 91-97.
- Lang, E. (2012, December). A Better Patient Experience Through Better Communication. *Journal of Radiology Nursing*, 114–119.
- Leon, F. M., Suryaputri, R. V., & Purnamaningrum, T. K. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Manajemen, Keuangan, dan Akuntansi. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Lestari, S., & Dolih , G. (2021). Narrative Review: Telemedicine dan Implementasinya dalam Membantu Perawatan Pasien Corona Virus Disease 2019. Farmaka.
- Lin, Z., and Bennett, D. 2013. Examining Retail Customer Experience and the Moderation Effect of Loyalty Programmes. *International Journal of Retail and Distribution Management*, Volume 42, Number 10, Pages 929-947.
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. United States of America: SAGE Publications, Inc.
- Lokantari, M. A., & Kristaung, R. (2022). Telemedicine Service Quality, Customer Satisfaction and Continual Usage during the Covid-19 Pandemic. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2615-1715.
- Lu, W., Hou, H., Ma, R., Chen, H., Zhang, R., Cui, F., . . . Zhai, Y. (2021). Influencing factors of patient satisfaction in teleconsultation: A cross-sectional study. *Technological Forecasting & Social Change*.
- Ma, Q., Sun, D., Tan, Z., Li, C., He, X., Zhai, Y., . . . Zhao, J. (2022). Usage and perceptions of telemedicine among health care professionals in China. *International Journal of Medical Informatics*.

- Marliana, R. R. (2020). Partial Least Squares-Structural Equation Modeling pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Matematika, Statistika & Komputerisasi* , 174-186.
- Melinda, T., & Setiawati, C. I. (2022). Analisis Minat Pengguna Layanan Telemedicine Halodoc Di Kota Bandung Dengan Menggunakan Model Modifikasi UTAUT2. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 262-273.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*.
- Mulyana, D. (2019). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Permana, A. W., Suardika, N., Sujana, W., & Yuesti, A. (2019). Analysis of Service Quality and Value Effect on Patient Satisfaction and Its Effect on Loyalty of Hospital Patients in Hospital and Children of Pucuk Permata Hati. *International Journal of Contemporary Research and Review*, 21255-21266.
- Rose, S., Clark, A., Samouel, P., and Hair, N. 2012. Online Customer Experience in e-Retailing: An Empiri- cal Model of Antecedents and Outcomes. *Journal of Retailing*, Volume 88, Number 2, Pages 308-322.
- Permana, A. W., Suardika, N., Sujana, W., & Yuesti, A. (2019). Analysis of Service Quality and Value Effect on Patient Satisfaction and Its Effect on Loyalty of Hospital Patients in Hospital and Childern of Pucuk Permata Hati. *International Jouenal of Contemporary Research and Review*, 10(02), 21255-21266.
- Pramita, P. E. (2019). Effect of Experience In Building Satisfaction, Trust and Loyalty . *Journal of Applied Management (JAM)*, 76–86.
- Prasanti, D., & Indriani, S. (2018). Pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Sistem E-Health Alodokter.com. *Jurnal Sositoteknologi*.
- Prihanti, G. S. (2017). Empati dan Komunikasi (Dilengkapi Modul Pengajaran dengan Model Pendidikan Berbasis Komputer). Malang: UMM Press.
- Rainer, P. (2023, Mei 22). *Ekonomi dan Bisnis: GoodStats*. Retrieved from <https://data.goodstats.id/statistic/pierrerainer/5-aplikasi-kesehatan-terbaik-indonesia-2023-mmwRx>

- Riskiyah, Hariyanti, T., & Juhariah, S. (2017). Pengalaman Pasien Rawat Inap terhadap Penerapan *Patient Centered Care* di RS UMM. *Jurnal Kedokteran Brawijaya*, 29, 358-363.
- Riyani, Ayu (2021) Pengaruh Fee Audit, Audit Tenure, Dan Rotasi Audit Terhadap Kualitas Audit Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2015 - 2018. Skripsi Thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Reza, J. (2023, April 12). *Raih Penghargaan Bergengsi, Ini Rahasia Halodoc Hadirkan Inovasi Relevan bagi Penggunaanya*. Retrieved from DailySocial.id: <https://dailysocial.id/post/raih-penghargaan-bergengsi-ini-rahasia-halodoc-hadirkan-inovasi-relevan-bagi-penggunaanya>
- Rizaty, M. A. (2023, Februari 3). Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Rizki, U., Nyorong, M., Theo, D., & Anggraini, I. (2022). Influence Factors of Effective Communication of Health Officers on Patient Satisfaction. *Jurnal Perilaku Kesehatan Terpadu*, 46-59.
- Saputra, D. A., & Dewi, R. K. (2022). Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Platform Telemedicine Halodoc Tahun 2022 . *JURMIK (Jurnal Rekam Medis dan Manajemen Informasi Kesehatan)*.
- Sari, D. E., Rivai, F., & Amirrudin, R. (2021). The Effect of Patient Experience on Patient Loyalty through Patient Satisfaction in Telemedicine Application Service During the Covid-19 Pandemic. *Journal of Asian Multicultural Research for Medical and Health Science Study*, 8-14.
- Sastra, B. A. and Indrawati. 2017. Measuring the Influence of Customer Experience on Customer Satisfaction, Loyalty Intention and Word of Mouth Behavior Using Customer Experience Quality (EXQ) Model on Telkom's IndiHome Complaint Handling Process. The 8th International Conference on Sustainable Collaboration in Business, Technology, Information and Innovation.
- Sesilia, A. P. (2020). Kepuasan Pasien Menggunakan Layanan Kesehatan Teknologi (Tele-Health) di Masa Pancemi COVID-19: Efek Mediasi Kualitas Pelayanan Kesehatan. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Kesehatan (J-P3K)*, 1(3), 251-260.

- Setyowati, D. (2022, April 7). *Katadata.co.id*. Retrieved from <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/624e9b8b96669/jumlah-pengguna-baru-layanan-telemedicine-capai-44-dalam-6-bulan>
- Shao, Z., Zhang, L., Chen, K., & Zhang, C. (2020). Examining User Satisfaction and Stickiness in Social Networking Sites from A Technology Affordance Lens: Uncovering The Moderating Effect Of User Experience. *Industrial Management & Data Systems*, 1331-1360.
- Siahaan, Romanty (2021) Pengaruh Stres, Motivasi Kerja, dan Kepuasan Terhadap Kinerja Driver Online Grabbike di Masa Covid-19 (Studi Pada Driver Grabbike Di Jakarta Timur). Skripsi Thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Silalahi, R., Hartono, N., & Tumpak, M. (2018). Profile and Preferences Users of Doctors Consultation Application in Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Suaryana, I., Damayanthi, I., & Merkusiwati, N. (2016). Kualitas dan Kepuasan Pengguna Terhadap Sistem Informasi Akademik Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progres*, 70-83.
- Taluke, D., Lakat, R. S., & Sembel, A. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Spasial* , 531-540.
- Tantarto, T., Kusnadi, D., & Sukandar, H. (2020). Analysis of Service Quality Towards Patient Satisfaction (Comparative Study of Patients Using Telemedicine Application and Face to Face Consultation in Healthcare). *European Journal of Business and Management Research (EJBMR)*.
- Thufailah, & Hapsari, O. (2021). Pengaruh User Experience Pada Aplikasi Telemedicine 'Halodoc' Terhadap Customer Purchase Intention Selama Masa Pandemi Covid-19.

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Wu, D., Gu, H., Gu, S., & You, H. (2021). Individual Motivation and Social Influence: A Study of Telemedicine Adoption in China Based on Social Cognitive Theory. *Health Policy and Technology*.
- Zagita, T. C., Handayani, P., & Budi, N. F. (2019). Analysis of Factors Affecting the Loyalty of Using Online Health Services: Case Study of Alodokter. 11th International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems, ICACISIS 2019 (pp. 279-284). Bali: Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc.
- Zhou, J., & Fan, T. (2019). Understanding the Factors Influencing Patient E-Health Literacy in Online Health Communities (OHCs): A Social Cognitive Theory Perspective. *International Journal of Environmental Research and Public Health*.

LAMPIRAN

Matriks Kerja

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Komunikasi Efektif (X1) Prijosaksoni, Aribowo, dan Ping Hartono (2002)	<i>Respect</i>	KE1. Sikap menghormati	Likert
	<i>Empathy</i>	KE2. Mendengarkan KE3. Mengerti	
	<i>Audible</i>	KE4. Pesan dapat diterima	
	<i>Clarity</i>	KE5. Kejelasan Pesan KE6. Transparansi/Keterbukaan	
	<i>Humble</i>	KE7. Rendah hati	
Kualitas Layanan (X2) Tjiptono & Chandra (2016)	<i>Reliability</i>	KL1. Tepat waktu KL2. Keandalan	
	<i>Responsiveness</i>	KL3. Respon cepat KL4. Respon efektif	
	<i>Assurance</i>	KL5. Perasaan aman KL6. Perasaan nyaman	
	<i>Empathy</i>	KL7. Memahami pengguna	
	<i>Tangiability</i>	KL8. Bukti Fisik	
Pengalaman Pengguna (Z) Sahin et al. (2011) dan Brakus et al. (2009) (dalam Pramita 2019)		PP1. Kesan yang baik	
		PP2. Pengalaman menyenangkan	
		PP3. Membantu penyelesaian masalah	
		PP4. Tindakan yang tepat	
		PP5. Meningkatkan Perasaan Senang	
		KP1. Kepuasan secara umum	

Kepuasan Pengguna (Y) Ribink et al. (2004) (dalam Chabibah & Kusumayati 2021)		KP2. Keputusan pemberi pelayanan	
		KP3. Kenyamanan saat menggunakan layanan	
		KP4. Kesenangan saat menggunakan layanan	

KUESIONER

Pengaruh Komunikasi Efektif Dokter-Pasien dan Kualitas Layanan pada Proses Konsultasi Online di Aplikasi Halodoc terhadap Kepuasan Pengguna dengan Memperhatikan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi (Analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling)

Assalamualaikum Wr. Wb.

Saya Sifa Sahdani Wijaya adalah seorang mahasiswa aktif di Universitas Islam Indonesia prodi Ilmu Komunikasi yang sedang melaksanakan tugas akhir untuk memenuhi persyaratan delar S1-Ilmu Komunikasi. Judul penelitian yang akan saya lakukan adalah “Pengaruh Komunikasi Efektif Dokter-Pasien dan Kualitas Layanan pada Proses Konsultasi Online di Aplikasi Halodoc terhadap Kepuasan Pengguna dengan Memperhatikan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi (Analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling)”.

Untuk kepentingan penelitian tersebut saya menyusun kuesioner yang didalamnya terdapat pernyataan yang dimaksudkan untuk memperoleh penilaian Bapak/Ibu, Saudara/I, yang berkenaan dengan komunikasi efektif dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Halodoc dengan dimoderasi pengalaman pengguna. Keberhasilan dari proses survey ini membutuhkan minimal sebanyak 96 responden dari kriteria yang telah peneliti tetapkan. Karakteristik responden akan berupa:

- 1) Pengguna aplikasi Halodoc di Yogyakarta dan Magelang yang berusia 17 tahun ke atas.
- 2) Pengguna aplikasi Halodoc yang pernah menggunakan jasa konsultasi online minimal satu kali.

Dengan ini saya mohon bantuan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner sesuai dengan pernyataan yang tertera. Terimakasih terhadap peserta responden dalam meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang telah saya berikan. Partisipasi anda sangat membantu dalam melancarkan proses penyelesaian tugas akhir saya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

*Kerahasiaan data diri peserta responden akan dijamin dan tidak akan disalah gunakan untuk kepentingan yang lain.

Karakteristik Responden

Bagian ini akan berisi data diri responden berupa pilihan dengan memilih satu jawaban yang sesuai dengan data diri masing-masing responden berupa:

No.	Pertanyaan	Keterangan
1.	Nama	Isian singkat
2.	Jenis Kelamin	1. Pria 2. Wanita
3.	Umur	1. 17 Tahun 2. 18-25 Tahun 3. 26-30 Tahun 4. 31-40 Tahun
4.	Pekerjaan	1. Mahasiswa 2. Pegawai Swasta 3. Pegawai Negeri 4. Wirausahawan 5.
5.	Domisili	1. Yogyakarta 2. Magelang 3.
6.	Sudah berapa kali menggunakan layanan <i>chat</i> dengan dokter di Halodoc?	1. 1 kali 2. 2-3 kali 3. 4-5 kali 4. >5 kali

Kuesioner Penelitian

1. Pengian kuesioner akan dibagi menjadi 4 bagian sesuai dengan masing-masing variabel yang diteliti.
2. Kuesioner akan berupa pernyataan.
3. Jawaban kuesioner berupa pilihan berganda. Jawaban berdasarkan pilihan para responden untuk menjawab sesuai dengan pengalaman dan kejujuran responden.
4. Jawaban akan terdiri dari 5 pilihan berupa:
 - a. 1 (Sangat Tidak Setuju)
 - b. 2 (Tidak Setuju)
 - c. 3 (Ragu-ragu)
 - d. 4 (Setuju)
 - e. 5 (Sangat Tidak Setuju)

Daftar Pertanyaan

Komunikasi Efektif

No	Indikator	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (R)	4 (S)	5 (SS)
1.	KE1. Sikap menghormati	KE1. Dokter menghormati saya sebagai seorang pasien.					
		KE2. Saya merasa dihargai dan dianggap penting oleh dokter di Halodoc dalam setiap interaksi.					
2.	KE2. Mendengarkan	KE3. Dokter mendengarkan keluhan saya sebagai pasien dengan seksama.					
		KE4. Saya merasa dokter di Halodoc benar-benar mendengarkan dengan penuh perhatian tanpa terburu-buru					

3.	KE3. Mengerti	KE5. Dokter paham dengan keluhan yang saya sampaikan.					
		KE6 Saya merasa dokter di Halodoc benar-benar memahami kondisi saya dan memberikan saran yang sesuai					
4.	KE4. Pesan dapat diterima	KE7. Saya dapat mengerti maksud dari pesan yang disampaikan oleh dokter.					
		KE8. Saya merasa pesan yang disampaikan oleh dokter di Halodoc mudah diterima dan tidak membingungkan					
5.	KE5. Kejelasan Pesan	KE9. Dokter menyampaikan pesan dengan jelas kepada saya.					
		KE10. Dokter di Halodoc menyampaikan informasi medis dengan bahasa yang mudah dimengerti dan tanpa menggunakan istilah teknis yang membingungkan					
6.	KE6. Transparansi/Keterbukaan	KE11. Saya merasa dokter memberikan informasi yang jelas dan transparan tentang kondisi kesehatan saya.					

		KE12 Dokter dengan terbuka memberikan penjelasan yang dapat saya pahami tentang hasil pemeriksaan.					
		KE13 Dokter memberikan saya saran yang jujur dan tidak menutup-nutupi informasi yang penting bagi keputusan perawatan saya.					
7.	KE7. Rendah hati	KE14. Dokter memberikan kesan yang ramah kepada saya.					
		KE15. Saya merasa dokter di Halodoc bersikap rendah hati dalam memberikan penjelasan medis kepada saya, tanpa membuat saya merasa canggung atau terintimidasi					

Kualitas Layanan

No	Indikator	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (R)	4 (S)	5 (SS)
1.	KL1. Tepat waktu	KL1. Dokter hadir tepat waktu pada sesi konsultasi.					
		KL2. Saya diarahkan langsung ke ruang obrolan setelah melakukan pembayaran tanpa harus menunggu waktu yang lama					

	KL2. Keandalan	KL3. Resep obat yang diberikan oleh dokter dapat saya temukan dengan mudah.					
2.	KL3. Respon cepat	KL4. Dokter memberikan respon yang cepat setelah saya menyampaikan keluhan saya.					
	KL4. Respon efektif sesuai permintaan	KL5. Dokter memberikan saran yang sesuai dengan keluhan saya.					
		KL6. Dokter memberikan respon dengan baik dan detail terkait keluhan saya, diagnose penyakit, penyebab penyakit, pantangan, dan memberikan resep					
3.	KL5. Perasaan aman	KL7. Aplikasi Halodoc dapat melindungi data pribadi saya sebagai pasien.					
		KL8. Proses transaksi pembayaran di Halodoc aman.					
		KL9. Uang atau saldo Halodoc akan dikembalikan kepada saya apabila konsultasi dibatalkan/terbatalkan					
	KL6. Perasaan nyaman	KL10. Saya merasa nyaman menceritakan kondisi kesehatan saya dengan dokter di aplikasi Halodoc.					
KL11. Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi Halodoc.							
4.	KL7. Memahami pasien (Empati)	KL12. Dokter di Halodoc memahami dengan baik kebutuhan kesehatan saya.					

		KL13. Saya merasa dokter di Halodoc memiliki sikap empati kepada pasiennya.					
5.	KL8. Bukti Fisik	KL14. Tampilan Halodoc mudah untuk saya pahami.					
		KL15. Halodoc memberikan diskon yang menarik untuk konsultasi dengan dokter, promo cashback, serta gratis ongkir dalam pembelian obat serta vitamin.					
		KL16. Proses pembayaran Halodoc bervariasi mulai dari e-wallet (go-pay, link aja, halodoc) sampai kartu kredit/debit.					

Pengalaman Pengguna

No	Indikator	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (R)	4 (S)	5 (SS)
1.	Kesan yang baik	PP1. Dokter memberikan kesan pertama yang baik kepada saya.					
		PP2. Dokter di Halodoc memiliki sikap yang ramah kepada pasiennya					
2.	Pengalaman menyenangkan	PP3. Dokter memberikan pengalaman konsultasi yang menyenangkan kepada saya.					
		PP.4 Saya merasa senang dan nyaman dalam berinteraksi dengan dokter di Halodoc selama konsultasi medis					

3.	Membantu penyelesaian masalah	PP5. Layanan chat dengan dokter membantu saya menyelesaikan permasalahan kesehatan saya.					
		PP6. Konsultasi dengan dokter di Halodoc memberikan solusi yang membantu saya mengatasi masalah kesehatan saya dengan lebih baik					
4.	Tindakan yang tepat	PP7. Dokter memberikan saran pengobatan dengan tepat.					
		PP8. Setelah menggunakan layanan chat dengan dokter kondisi kesehatan saya membaik.					
5.	Meningkatkan perasaan senang	PP9. Saya senang dokter dapat membantu saya mengatasi masalah kesehatan melalui layanan chat dengan dokter di Halodoc.					
		PP10. Saya senang menggunakan aplikasi Halodoc untuk membantu saya mengatasi masalah kesehatan.					
		PP11. Saya senang menggunakan aplikasi Halodoc karena saya tidak perlu pergi ke rumah sakit untuk bisa konsultasi dengan dokter.					

Kepuasan Pengguna

No	Indikator	Pernyataan	1 (STS)	2 (TS)	3 (R)	4 (S)	5 (SS)
1.	KP1. Kepuasan secara umum	KP1. Secara keseluruhan saya puas dengan sistem layanan chat dengan dokter di aplikasi Halodoc					

		<p>KP2. Saya puas telah menggunakan layanan chat dengan dokter di aplikasi Halodoc karena dapat menyelesaikan masalah kesehatan saya.</p>					
		<p>KP3. Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan layanan telemedicine Halodoc dan komunikasi efektif yang diberikan oleh dokter.</p>					
2.	<p>KP2. Keputusan pemberi pelayanan</p>	<p>KP4. Saya percaya bahwa dokter di Halodoc membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang saya berikan dan pengetahuan medis mereka.</p>					
		<p>KP5. Saya merasa dokter di Halodoc mampu membuat keputusan yang tepat dan memberikan saran yang berguna untuk perawatan kesehatan saya</p>					
3.	<p>KP3. Kenyamanan saat menggunakan layanan</p>	<p>KP6. Saya merasa nyaman ketika konsultasi dengan dokter di aplikasi Halodoc</p>					
		<p>KP7. Layanan telemedicine Halodoc memberikan kenyamanan dalam memperoleh layanan kesehatan tanpa harus pergi ke fasilitas fisik</p>					

4.	KP4. Kesenangan saat menggunakan layanan	KP8. Saya merasa senang menggunakan layanan chat dengan dokter di aplikasi Halodoc.					
		KP9. Saya lebih suka menggunakan layanan chat dengan dokter di aplikasi Halodoc dibandingkan aplikasi telemedicine lainnya.					

UJI VALIDITAS SPSS

Komunikasi Efektif

Correlations

		KE01	KE02	KE03	KE04	KE05	KE06	KE07	KE08	KE09	KE10	KE11	KE12	KE13	KE14	KE15	TOTAL
KE01	Pearson Correlation	1	.262	.426**	.373*	.305	.278	.685**	.640**	.356*	.136	.297	.468**	.250	.336*	.341*	.642**
	Sig. (2-tailed)		.102	.006	.018	.056	.082	.000	.000	.024	.404	.063	.002	.120	.034	.031	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KE02	Pearson Correlation	.262	1	.322*	.418**	.308	.496**	.259	.403**	.060	.409**	.313*	.360*	.050	.172	.323*	.548**
	Sig. (2-tailed)	.102		.043	.007	.053	.001	.106	.010	.713	.009	.049	.022	.760	.289	.042	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KE03	Pearson Correlation	.426**	.322*	1	.347*	.147	.408**	.308	.197	.497**	.369*	.122	.083	.220	.186	.212	.520**
	Sig. (2-tailed)	.006	.043		.028	.366	.009	.053	.224	.001	.019	.452	.611	.173	.249	.190	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KE04	Pearson Correlation	.373*	.418**	.347*	1	.536**	.428**	.383*	.323*	.299	.433**	.153	.398*	.124	.292	.509**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.018	.007	.028		.000	.006	.015	.042	.061	.005	.345	.011	.445	.068	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KE05	Pearson Correlation	.305	.308	.147	.536**	1	.407**	.610**	.375*	.245	.451**	.649**	.361*	.203	.334*	.575**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.056	.053	.366	.000		.009	.000	.017	.128	.004	.000	.022	.208	.035	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KE06	Pearson Correlation	.278	.496**	.408**	.428**	.407**	1	.183	.498**	.363*	.570**	.317*	.548**	.186	.726**	.411**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.082	.001	.009	.006	.009		.258	.001	.021	.000	.046	.000	.252	.000	.008	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KE07	Pearson Correlation	.685**	.259	.308	.383*	.610**	.183	1	.641**	.435**	.209	.605**	.320*	.314*	.206	.526**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.106	.053	.015	.000	.258		.000	.005	.196	.000	.044	.049	.202	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KE08	Pearson Correlation	.640**	.403**	.197	.323*	.375*	.498**	.641**	1	.430**	.197	.490**	.430**	.220	.400*	.488**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.224	.042	.017	.001	.000		.006	.224	.001	.006	.172	.011	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KE09	Pearson Correlation	.356*	.060	.497**	.299	.245	.363*	.435**	.430**	1	.394*	.330*	.167	.386*	.568**	.527**	.643**
	Sig. (2-tailed)	.024	.713	.001	.061	.128	.021	.005	.006		.012	.038	.304	.014	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KE10	Pearson Correlation	.136	.409**	.369*	.433**	.451**	.570**	.209	.197	.394*	1	.441**	.394*	.155	.620**	.212	.637**
	Sig. (2-tailed)	.404	.009	.019	.005	.004	.000	.196	.224	.012		.004	.012	.340	.000	.190	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KE11	Pearson Correlation	.297	.313*	.122	.153	.649**	.317*	.605**	.490**	.330*	.441**	1	.330*	.198	.304	.374*	.609**
	Sig. (2-tailed)	.063	.049	.452	.345	.000	.046	.000	.001	.038	.004		.038	.220	.056	.017	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KE12	Pearson Correlation	.468**	.360*	.083	.398*	.361*	.548**	.320*	.430**	.167	.394*	.330*	1	.015	.568**	.425**	.610**
	Sig. (2-tailed)	.002	.022	.611	.011	.022	.000	.044	.006	.304	.012	.038		.928	.000	.006	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KE13	Pearson Correlation	.250	.050	.220	.124	.203	.186	.314*	.220	.386*	.155	.198	.015	1	.286	.164	.435**
	Sig. (2-tailed)	.120	.760	.173	.445	.208	.252	.049	.172	.014	.340	.220	.928		.074	.311	.005
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KE14	Pearson Correlation	.336*	.172	.186	.292	.334*	.726**	.206	.400*	.568**	.620**	.304	.568**	.286	1	.305	.674**
	Sig. (2-tailed)	.034	.289	.249	.068	.035	.000	.202	.011	.000	.000	.056	.000	.074		.055	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KE15	Pearson Correlation	.341*	.323*	.212	.509**	.575**	.411**	.526**	.488**	.527**	.212	.374*	.425**	.164	.305	1	.670**
	Sig. (2-tailed)	.031	.042	.190	.001	.000	.008	.000	.001	.000	.190	.017	.006	.311	.055		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
TOTAL	Pearson Correlation	.642**	.548**	.520**	.639**	.678**	.732**	.692**	.703**	.643**	.637**	.609**	.610**	.435**	.674**	.670**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kualitas Layanan

Correlations

		KL01	KL02	KL03	KL04	KL05	KL06	KL07	KL08	KL09	KL10	KL11	KL12	KL13	KL14	KL15	KL16	KL_TOTAL
KL01	Pearson Correlation	1	.542**	.432**	.341*	.613**	.488**	.254	.358*	.546**	.300	.396*	.424**	.358*	.509**	.511**	.519**	.716**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.031	.000	.001	.113	.023	.000	.060	.011	.006	.023	.001	.001	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL02	Pearson Correlation	.542**	1	.453**	.285	.197	.499**	.299	.133	.628**	.258	.684**	.457**	.480**	.536**	.345*	.197	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.074	.223	.001	.061	.413	.000	.107	.000	.003	.002	.000	.029	.223	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL03	Pearson Correlation	.432**	.453**	1	.516**	.297	.787**	.113	.239	.702**	.523**	.712**	.427**	.231	.176	.174	.157	.695**
	Sig. (2-tailed)	.005	.003		.001	.063	.000	.488	.138	.000	.001	.000	.006	.152	.278	.283	.333	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL04	Pearson Correlation	.341*	.285	.516**	1	.345*	.507**	.476**	.325*	.411**	.213	.497**	.377**	.290	.377**	.464**	.345*	.641**
	Sig. (2-tailed)	.031	.074	.001		.029	.001	.002	.041	.008	.188	.001	.017	.070	.017	.003	.029	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL05	Pearson Correlation	.613**	.197	.297	.345*	1	.266	.479**	.456**	.251	.424**	.224	.384*	.448**	.384*	.607**	.573**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000	.223	.063	.029		.098	.002	.003	.118	.006	.164	.015	.004	.015	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL06	Pearson Correlation	.488**	.499**	.787**	.507**	.266	1	.214	.331*	.686**	.318*	.740**	.367*	.223	.290	.235	.266	.717**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.001	.098		.185	.037	.000	.045	.000	.020	.166	.069	.145	.098	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL07	Pearson Correlation	.254	.299	.113	.476**	.479**	.214	1	.564**	.194	.348*	.288	.310	.478**	.483**	.651**	.384*	.595**
	Sig. (2-tailed)	.113	.061	.488	.002	.002	.185		.000	.230	.028	.072	.051	.002	.002	.000	.015	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL08	Pearson Correlation	.358*	.133	.239	.325*	.456**	.331*	.564**	1	.337*	.414**	.182	.382*	.516**	.564**	.534**	.456**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.023	.413	.138	.041	.003	.037	.000		.033	.008	.260	.015	.001	.000	.000	.003	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL09	Pearson Correlation	.546**	.628**	.702**	.411**	.251	.686**	.194	.337*	1	.298	.695**	.333*	.339*	.403*	.360*	.251	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.008	.118	.000	.230	.033		.062	.000	.036	.032	.010	.023	.118	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL10	Pearson Correlation	.300	.258	.523**	.213	.424**	.318*	.348*	.414**	.298	1	.436**	.435**	.512**	.261	.271	.230	.588**
	Sig. (2-tailed)	.060	.107	.001	.188	.006	.045	.028	.008	.062		.005	.005	.001	.104	.091	.153	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL11	Pearson Correlation	.396*	.684**	.712**	.497**	.224	.740**	.288	.182	.695**	.436**	1	.576**	.313*	.288	.254	.224	.752**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000	.001	.164	.000	.072	.260	.000	.005		.000	.050	.072	.113	.164	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL12	Pearson Correlation	.424**	.457**	.427**	.377*	.384*	.367*	.310	.382*	.333*	.435**	.576**	1	.478**	.397*	.235	.288	.648**
	Sig. (2-tailed)	.006	.003	.006	.017	.015	.020	.051	.015	.036	.005	.000		.002	.011	.144	.072	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL13	Pearson Correlation	.358*	.480**	.231	.290	.448**	.223	.478**	.516**	.339*	.512**	.313*	.478**	1	.478**	.399*	.332*	.624**
	Sig. (2-tailed)	.023	.002	.152	.070	.004	.166	.002	.001	.032	.001	.050	.002		.002	.011	.036	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL14	Pearson Correlation	.509**	.536**	.176	.377*	.384*	.290	.483**	.564**	.403*	.261	.288	.397*	.478**	1	.651**	.479**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.278	.017	.015	.069	.002	.000	.010	.104	.072	.011	.002		.000	.002	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL15	Pearson Correlation	.511**	.345*	.174	.464**	.607**	.235	.651**	.534**	.360*	.271	.254	.235	.399*	.651**	1	.299	.649**
	Sig. (2-tailed)	.001	.029	.283	.003	.000	.145	.000	.000	.023	.091	.113	.144	.011	.000		.061	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL16	Pearson Correlation	.519**	.197	.157	.345*	.573**	.266	.384*	.456**	.251	.230	.224	.288	.332*	.479**	.299	1	.538**
	Sig. (2-tailed)	.001	.223	.333	.029	.000	.098	.015	.003	.118	.153	.164	.072	.036	.002	.061		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KL_TOTAL	Pearson Correlation	.716**	.685**	.695**	.641**	.631**	.717**	.595**	.616**	.738**	.588**	.752**	.648**	.624**	.671**	.649**	.538**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pengalaman Pengguna

Correlations

		PP01	PP02	PP03	PP04	PP05	PP06	PP07	PP08	PP09	PP10	PP11	PP_TOTAL
PP01	Pearson Correlation	1	.256	.359*	.556**	.621**	.767**	.552**	.515**	.709**	.466**	.424**	.819**
	Sig. (2-tailed)		.111	.023	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.002	.006	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PP02	Pearson Correlation	.256	1	.380*	.234	.187	.125	.295	.249	.044	.483**	.507**	.450**
	Sig. (2-tailed)	.111		.016	.147	.247	.442	.065	.122	.787	.002	.001	.004
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PP03	Pearson Correlation	.359*	.380*	1	.391*	.372*	.091	.478**	.417**	.394*	.172	.286	.530**
	Sig. (2-tailed)	.023	.016		.012	.018	.577	.002	.007	.012	.288	.073	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PP04	Pearson Correlation	.556**	.234	.391*	1	.305	.704**	.394*	.504**	.725**	.634**	.296	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.147	.012		.056	.000	.012	.001	.000	.000	.064	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PP05	Pearson Correlation	.621**	.187	.372*	.305	1	.555**	.506**	.507**	.534**	.443**	.299	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.247	.018	.056		.000	.001	.001	.000	.004	.061	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PP06	Pearson Correlation	.767**	.125	.091	.704**	.555**	1	.556**	.530**	.714**	.662**	.218	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.442	.577	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.177	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PP07	Pearson Correlation	.552**	.295	.478**	.394*	.506**	.556**	1	.501**	.474**	.475**	.297	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.065	.002	.012	.001	.000		.001	.002	.002	.062	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PP08	Pearson Correlation	.515**	.249	.417**	.504**	.507**	.530**	.501**	1	.574**	.674**	.231	.756**
	Sig. (2-tailed)	.001	.122	.007	.001	.001	.000	.001		.000	.000	.151	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PP09	Pearson Correlation	.709**	.044	.394*	.725**	.534**	.714**	.474**	.574**	1	.522**	.115	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.787	.012	.000	.000	.000	.002	.000		.001	.482	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PP10	Pearson Correlation	.466**	.483**	.172	.634**	.443**	.662**	.475**	.674**	.522**	1	.358*	.786**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.288	.000	.004	.000	.002	.000	.001		.023	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PP11	Pearson Correlation	.424**	.507**	.286	.296	.299	.218	.297	.231	.115	.358*	1	.492**
	Sig. (2-tailed)	.006	.001	.073	.064	.061	.177	.062	.151	.482	.023		.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
PP_TOTAL	Pearson Correlation	.819**	.450**	.530**	.769**	.707**	.810**	.711**	.756**	.784**	.786**	.492**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kepuasan Pengguna

Correlations

		KP01	KP02	KP03	KP04	KP05	KP06	KP07	KP08	KP09	KP_TOTAL
KP01	Pearson Correlation	1	.564**	.526**	.476**	.582**	.382*	.377*	.696**	.350*	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000	.015	.017	.000	.027	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP02	Pearson Correlation	.564**	1	.308	.552**	.229	.447**	.451**	.423**	.239	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000		.053	.000	.156	.004	.004	.007	.138	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP03	Pearson Correlation	.526**	.308	1	.274	.487**	.288	.386*	.663**	.264	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000	.053		.087	.001	.072	.014	.000	.100	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP04	Pearson Correlation	.476**	.552**	.274	1	.409**	.534**	.544**	.513**	.585**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.087		.009	.000	.000	.001	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP05	Pearson Correlation	.582**	.229	.487**	.409**	1	.516**	.290	.512**	.272	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000	.156	.001	.009		.001	.070	.001	.090	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP06	Pearson Correlation	.382*	.447**	.288	.534**	.516**	1	.534**	.322*	.035	.644**
	Sig. (2-tailed)	.015	.004	.072	.000	.001		.000	.043	.829	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP07	Pearson Correlation	.377*	.451**	.386*	.544**	.290	.534**	1	.213	.105	.615**
	Sig. (2-tailed)	.017	.004	.014	.000	.070	.000		.188	.517	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP08	Pearson Correlation	.696**	.423**	.663**	.513**	.512**	.322*	.213	1	.463**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000	.001	.001	.043	.188		.003	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP09	Pearson Correlation	.350*	.239	.264	.585**	.272	.035	.105	.463**	1	.546**
	Sig. (2-tailed)	.027	.138	.100	.000	.090	.829	.517	.003		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KP_TOTAL	Pearson Correlation	.803**	.684**	.671**	.786**	.681**	.644**	.615**	.781**	.546**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS SPSS

Komunikasi Efektif

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	15

Kualitas Layanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	16

Pengalaman Pengguna

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	11

Kepuasan Pengguna

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	9

DESCRIPTIVE STTISTICS – FREQUENCY TABLES

Komunikasi Efektif

Dokter menghormati saya sebagai seorang pasien.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	12	6,5	6,5	7,1
	Setuju	73	39,7	39,7	46,7
	Sangat Setuju	98	53,3	53,3	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya merasa dihargai dan dianggap penting oleh dokter di Halodoc dalam setiap interaksi.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	1,1
	Ragu-Ragu	12	6,5	6,5	7,6
	Setuju	75	40,8	40,8	48,4
	Sangat Setuju	95	51,6	51,6	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Dokter mendengarkan keluhan saya sebagai pasien dengan seksama.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
--	--	-----------	--------------	-----------------------	------------------------

Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	14	7,6	7,6	8,2
	Setuju	64	34,8	34,8	42,9
	Sangat Setuju	105	57,1	57,1	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya merasa dokter di Halodoc benar-benar mendengarkan dengan penuh perhatian tanpa terburu-buru

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	19	10,3	10,3	10,9
	Setuju	75	40,8	40,8	51,6
	Sangat Setuju	89	48,4	48,4	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Dokter paham dengan keluhan yang saya sampaikan.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Ragu-Ragu	14	7,6	7,6	7,6
	Setuju	72	39,1	39,1	46,7
	Sangat Setuju	98	53,3	53,3	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

**Saya merasa dokter di Halodoc benar-benar memahami kondisi saya
dan memberikan saran yang sesuai**

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Ragu-Ragu	17	9,2	9,2	9,2
	Setuju	74	40,2	40,2	49,5
	Sangat Setuju	93	50,5	50,5	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya dapat mengerti maksud dari pesan yang disampaikan oleh dokter.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Ragu-Ragu	16	8,7	8,7	8,7
	Setuju	74	40,2	40,2	48,9
	Sangat Setuju	94	51,1	51,1	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

**Saya merasa pesan yang disampaikan oleh dokter di Halodoc mudah
diterima dan tidak membingungkan**

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	13	7,1	7,1	7,6
	Setuju	73	39,7	39,7	47,3
	Sangat Setuju	97	52,7	52,7	100,0

Total	184	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Dokter menyampaikan pesan dengan jelas kepada saya.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	13	7,1	7,1	7,6
	Setuju	68	37,0	37,0	44,6
	Sangat Setuju	102	55,4	55,4	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Dokter di Halodoc menyampaikan informasi medis dengan bahasa yang mudah dimengerti dan tanpa menggunakan istilah teknis yang membingungkan

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	14	7,6	7,6	8,2
	Setuju	71	38,6	38,6	46,7
	Sangat Setuju	98	53,3	53,3	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya merasa dokter memberikan informasi yang jelas dan transparan tentang kondisi kesehatan saya.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
--	--	-----------	--------------	-----------------------	------------------------

Valid	Ragu-Ragu	12	6,5	6,5	6,5
	Setuju	68	37,0	37,0	43,5
	Sangat Setuju	104	56,5	56,5	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Dokter dengan terbuka memberikan penjelasan yang dapat saya pahami tentang hasil pemeriksaan.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	10	5,4	5,4	6,0
	Setuju	71	38,6	38,6	44,6
	Sangat Setuju	102	55,4	55,4	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Dokter memberikan saya saran yang jujur dan tidak menutup-nutupi informasi yang penting bagi keputusan perawatan saya.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	1,1
	Ragu-Ragu	13	7,1	7,1	8,2
	Setuju	64	34,8	34,8	42,9
	Sangat Setuju	105	57,1	57,1	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Dokter memberikan kesan yang ramah kepada saya.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	11	6,0	6,0	6,5
	Setuju	65	35,3	35,3	41,8
	Sangat Setuju	107	58,2	58,2	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya merasa dokter di Halodoc bersikap rendah hati dalam memberikan penjelasan medis kepada saya, tanpa membuat saya merasa canggung atau terintimidasi

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	12	6,5	6,5	7,1
	Setuju	73	39,7	39,7	46,7
	Sangat Setuju	98	53,3	53,3	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Kualitas Layanan

Dokter hadir tepat waktu pada sesi konsultasi.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1,1	1,1	1,1
	Ragu-Ragu	21	11,4	11,4	12,5
	Setuju	73	39,7	39,7	52,2
	Sangat Setuju	88	47,8	47,8	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya diarahkan langsung ke ruang obrolan setelah melakukan pembayaran tanpa harus menunggu waktu yang lama

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	16	8,7	8,7	9,2
	Setuju	69	37,5	37,5	46,7
	Sangat Setuju	98	53,3	53,3	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Resep obat yang diberikan oleh dokter dapat saya temukan dengan mudah.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	1,1
	Ragu-Ragu	9	4,9	4,9	6,0
	Setuju	75	40,8	40,8	46,7
	Sangat Setuju	98	53,3	53,3	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Dokter memberikan respon yang cepat setelah saya menyampaikan keluhan saya.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	13	7,1	7,1	7,6
	Setuju	78	42,4	42,4	50,0
	Sangat Setuju	92	50,0	50,0	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Dokter memberikan saran yang sesuai dengan keluhan saya.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Ragu-Ragu	13	7,1	7,1	7,1
	Setuju	74	40,2	40,2	47,3
	Sangat Setuju	97	52,7	52,7	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Dokter memberikan respon dengan baik dan detail terkait keluhan saya, diagnose penyakit, penyebab penyakit, pantangan,dan memberikan resep

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	1,1
	Ragu-Ragu	11	6,0	6,0	7,1
	Setuju	73	39,7	39,7	46,7
	Sangat Setuju	98	53,3	53,3	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Aplikasi Halodoc dapat melindungi data pribadi saya sebagai pasien.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
--	--	-----------	--------------	-----------------------	------------------------

Valid	Ragu-Ragu	16	8,7	8,7	8,7
	Setuju	69	37,5	37,5	46,2
	Sangat Setuju	99	53,8	53,8	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Proses transaksi pembayaran di Halodoc aman.

		Frequency	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
Valid	Ragu-Ragu	14	7,6	7,6	7,6
	Setuju	64	34,8	34,8	42,4
	Sangat Setuju	106	57,6	57,6	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Uang atau saldo Halodoc akan dikembalikan kepada saya apabila konsultasi dibatalkan/terbatalan

		Frequency	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
Valid	Tidak Setuju	2	1,1	1,1	1,1
	Ragu-Ragu	13	7,1	7,1	8,2
	Setuju	70	38,0	38,0	46,2
	Sangat Setuju	99	53,8	53,8	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya merasa nyaman menceritakan kondisi kesehatan saya dengan dokter di aplikasi Halodoc.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	14	7,6	7,6	8,2
	Setuju	71	38,6	38,6	46,7
	Sangat Setuju	98	53,3	53,3	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi Halodoc.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1,1	1,1	1,1
	Ragu-Ragu	18	9,8	9,8	10,9
	Setuju	66	35,9	35,9	46,7
	Sangat Setuju	98	53,3	53,3	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Dokter di Halodoc memahami dengan baik kebutuhan kesehatan saya.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	15	8,2	8,2	8,7
	Setuju	73	39,7	39,7	48,4
	Sangat Setuju	95	51,6	51,6	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya merasa dokter di Halodoc memiliki sikap empati kepada pasiennya.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Ragu-Ragu	14	7,6	7,6	7,6
	Setuju	72	39,1	39,1	46,7
	Sangat Setuju	98	53,3	53,3	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Tampilan Halodoc mudah untuk saya pahami.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	12	6,5	6,5	7,1
	Setuju	70	38,0	38,0	45,1

	Sangat Setuju	101	54,9	54,9	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Halodoc memberikan diskon yang menarik untuk konsultasi dengan dokter, promo cashback, serta gratis ongkir dalam pembelian obat serta vitamin.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Tidak Setuju	2	1,1	1,1	1,6
	Ragu-Ragu	18	9,8	9,8	11,4
	Setuju	71	38,6	38,6	50,0
	Sangat Setuju	92	50,0	50,0	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Proses pembayaran Halodoc bervariasi mulai dari e-wallet (go-pay, link aja, halodoc) sampai kartu kredit/debit.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	13	7,1	7,1	7,6
	Setuju	75	40,8	40,8	48,4

Sangat Setuju	95	51,6	51,6	100,0
Total	184	100,0	100,0	

Pengalaman Pengguna

Dokter memberikan kesan pertama yang baik kepada saya.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	16	8,7	8,7	9,2
	Setuju	66	35,9	35,9	45,1
	Sangat Setuju	101	54,9	54,9	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Dokter di Halodoc memiliki sikap yang ramah kepada pasiennya

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	10	5,4	5,4	6,0
	Setuju	71	38,6	38,6	44,6
	Sangat Setuju	102	55,4	55,4	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Dokter memberikan pengalaman konsultasi yang meyenangkan kepada saya.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5

	Ragu-Ragu	14	7,6	7,6	8,2
	Setuju	65	35,3	35,3	43,5
	Sangat Setuju	104	56,5	56,5	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya merasa senang dan nyaman dalam berinteraksi dengan dokter di Halodoc selama konsultasi medis

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1,1	1,1	1,1
	Ragu-Ragu	13	7,1	7,1	8,2
	Setuju	70	38,0	38,0	46,2
	Sangat Setuju	99	53,8	53,8	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Layanan chat dengan dokter membantu saya menyelesaikan permasalahan kesehatan saya.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Ragu-Ragu	22	12,0	12,0	12,0
	Setuju	66	35,9	35,9	47,8
	Sangat Setuju	96	52,2	52,2	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Konsultasi dengan dokter di Halodoc memberikan solusi yang membantu saya mengatasi masalah kesehatan saya dengan lebih baik

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1,1	1,1	1,1
	Ragu-Ragu	18	9,8	9,8	10,9
	Setuju	73	39,7	39,7	50,5
	Sangat Setuju	91	49,5	49,5	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Dokter memberikan saran pengobatan dengan tepat.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	15	8,2	8,2	8,7
	Setuju	65	35,3	35,3	44,0
	Sangat Setuju	103	56,0	56,0	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Setelah menggunakan layanan chat dengan dokter kondisi kesehatan saya membaik.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	16	8,7	8,7	9,2
	Setuju	68	37,0	37,0	46,2
	Sangat Setuju	99	53,8	53,8	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya senang dokter dapat membantu saya mengatasi masalah kesehatan melalui layanan chat dengan dokter di Halodoc.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1,1	1,1	1,1
	Ragu-Ragu	14	7,6	7,6	8,7
	Setuju	67	36,4	36,4	45,1
	Sangat Setuju	101	54,9	54,9	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya senang menggunakan aplikasi Halodoc untuk membantu saya mengatasi masalah kesehatan.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	1,1

Ragu-Ragu	12	6,5	6,5	7,6
Setuju	72	39,1	39,1	46,7
Sangat Setuju	98	53,3	53,3	100,0
Total	184	100,0	100,0	

Saya senang menggunakan aplikasi Halodoc karena saya tidak perlu pergi ke rumah sakit untuk bisa konsultasi dengan dokter.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Ragu-Ragu	15	8,2	8,2	8,2
	Setuju	75	40,8	40,8	48,9
	Sangat Setuju	94	51,1	51,1	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Kepuasan Pengguna

Secara keseluruhan saya puas dengan sistem layanan chat dengan dokter di aplikasi Halodoc

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Ragu-Ragu	14	7,6	7,6	7,6
	Setuju	70	38,0	38,0	45,7
	Sangat Setuju	100	54,3	54,3	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya puas telah menggunakan layanan chat dengan dokter di aplikasi Halodoc karena dapat menyelesaikan masalah kesehatan saya.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	17	9,2	9,2	9,8
	Setuju	73	39,7	39,7	49,5
	Sangat Setuju	93	50,5	50,5	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan layanan telemedicine Halodoc dan komunikasi efektif yang diberikan oleh dokter.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	12	6,5	6,5	7,1
	Setuju	77	41,8	41,8	48,9
	Sangat Setuju	94	51,1	51,1	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya percaya bahwa dokter di Halodoc membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang saya berikan dan pengetahuan medis mereka.

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	16	8,7	8,7	9,2
	Setuju	70	38,0	38,0	47,3
	Sangat Setuju	97	52,7	52,7	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya merasa dokter di Halodoc mampu membuat keputusan yang tepat dan memberikan saran yang berguna untuk perawatan kesehatan saya

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	12	6,5	6,5	7,1
	Setuju	76	41,3	41,3	48,4
	Sangat Setuju	95	51,6	51,6	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

**Saya merasa nyaman ketika konsultasi dengan dokter di aplikasi
Halodoc**

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Ragu-Ragu	16	8,7	8,7	8,7
	Setuju	70	38,0	38,0	46,7
	Sangat Setuju	98	53,3	53,3	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

**Layanan telemedicine Halodoc memberikan kenyamanan dalam
memperoleh layanan kesehatan tanpa harus pergi ke fasilitas fisik**

		Frequency	Percent t	Valid Percent t	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5

	Ragu-Ragu	12	6,5	6,5	7,1
	Setuju	68	37,0	37,0	44,0
	Sangat Setuju	103	56,0	56,0	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya merasa senang menggunakan layanan chat dengan dokter di aplikasi Halodoc.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	11	6,0	6,0	6,0
	Setuju	75	40,8	40,8	46,7
	Sangat Setuju	98	53,3	53,3	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

Saya lebih suka menggunakan layanan chat dengan dokter di aplikasi Halodoc dibandingkan aplikasi telemedicine lainnya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	0,5	0,5	0,5
	Ragu-Ragu	14	7,6	7,6	8,2
	Setuju	69	37,5	37,5	45,7
	Sangat Setuju	100	54,3	54,3	100,0
	Total	184	100,0	100,0	

OUTER MODEL

Outer Loadings (Loading Factors)

	Kepuasan Pengguna_Y	Komunikasi Efektif_X1	Kualitas Layanan_X2	Moderating Effect 1	Moderating Effect 2	Pengalaman Pengguna_Z
KE10		0,828				
KE11		0,848				
KE12		0,821				
KE13		0,769				
KE14		0,847				
KE15		0,863				
KE2		0,827				
KE3		0,831				
KE4		0,845				
KE5		0,829				
KE6		0,829				
KE7		0,830				
KE8		0,770				
KE9		0,872				
KL1			0,825			
KL10			0,846			
KL11			0,841			
KL12			0,858			
KL13			0,851			
KL14			0,836			
KL15			0,785			
KL16			0,836			
KL2			0,825			
KL3			0,837			
KL4			0,852			
KL5			0,848			
KL6			0,838			
KL7			0,809			
KL8			0,803			
KL9			0,837			
KP1	0,846					
KP2	0,887					

KP3	0,887					
KP4	0,881					
KP5	0,873					
KP6	0,874					
KP7	0,861					
KP8	0,868					
KP9	0,872					
Komunikasi Efektif_X1 *				1,756		
Pengalaman Pengguna_Z						
Kualitas Layanan_X2 *					1,709	
Pengalaman Pengguna_Z						
PP1						0,872
PP10						0,881
PP11						0,825
PP2						0,836
PP3						0,872
PP4						0,823
PP5						0,846
PP6						0,870
PP7						0,873
PP8						0,895
PP9						0,860
KE1		0,780				

Average Variance Extracted (AVE)

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kepuasan Pengguna_Y	0.961	0.961	0.966	0.761
Komunikasi Efektif_X1	0.967	0.968	0.970	0.683
Kualitas Layanan_X2	0.971	0.971	0.973	0.694
Moderating Effect 1	1.000	1.000	1.000	1.000
Moderating Effect 2	1.000	1.000	1.000	1.000
Pengalaman Pengguna_Z	0.965	0.965	0.969	0.739

Cross Loadings

	Kepuasan Pengguna_Y	Komunikasi Efektif_X1	Kualitas Layanan_X2	Moderating Effect 1	Moderating Effect 2	Pengalaman Pengguna_Z
KE10	0,729	0,828	0,748	-0,504	-0,467	0,731
KE11	0,789	0,848	0,816	-0,415	-0,382	0,772
KE12	0,782	0,821	0,790	-0,555	-0,542	0,791
KE13	0,694	0,769	0,719	-0,448	-0,445	0,709
KE14	0,781	0,847	0,779	-0,484	-0,454	0,784
KE15	0,810	0,863	0,835	-0,462	-0,465	0,815
KE2	0,730	0,827	0,785	-0,471	-0,457	0,744
KE3	0,756	0,831	0,785	-0,517	-0,492	0,751
KE4	0,782	0,845	0,813	-0,413	-0,418	0,819
KE5	0,778	0,829	0,784	-0,387	-0,386	0,747
KE6	0,794	0,829	0,781	-0,364	-0,354	0,767
KE7	0,725	0,830	0,782	-0,342	-0,308	0,698
KE8	0,687	0,770	0,694	-0,209	-0,174	0,667
KE9	0,807	0,872	0,814	-0,498	-0,477	0,790
KL1	0,759	0,818	0,825	-0,384	-0,379	0,766
KL10	0,820	0,819	0,846	-0,505	-0,516	0,813
KL11	0,796	0,745	0,841	-0,429	-0,486	0,825
KL12	0,834	0,813	0,858	-0,444	-0,452	0,840
KL13	0,813	0,834	0,851	-0,310	-0,306	0,788
KL14	0,797	0,799	0,836	-0,467	-0,471	0,786
KL15	0,748	0,715	0,785	-0,349	-0,367	0,744
KL16	0,794	0,797	0,836	-0,427	-0,444	0,820
KL2	0,753	0,754	0,825	-0,426	-0,463	0,775
KL3	0,788	0,759	0,837	-0,415	-0,467	0,815
KL4	0,820	0,840	0,852	-0,500	-0,505	0,808
KL5	0,797	0,828	0,848	-0,369	-0,379	0,791
KL6	0,795	0,789	0,838	-0,502	-0,541	0,818
KL7	0,772	0,750	0,809	-0,279	-0,290	0,717
KL8	0,739	0,739	0,803	-0,304	-0,328	0,730
KL9	0,777	0,733	0,837	-0,409	-0,459	0,783
KP1	0,846	0,730	0,776	-0,281	-0,299	0,797
KP2	0,887	0,818	0,841	-0,425	-0,433	0,869
KP3	0,887	0,832	0,846	-0,509	-0,508	0,853

KP4	0,881	0,848	0,867	-0,442	-0,452	0,855
KP5	0,873	0,830	0,852	-0,509	-0,509	0,821
KP6	0,874	0,788	0,826	-0,353	-0,371	0,813
KP7	0,861	0,760	0,768	-0,383	-0,385	0,789
KP8	0,868	0,799	0,820	-0,394	-0,393	0,815
KP9	0,872	0,782	0,825	-0,441	-0,456	0,822
Komunikasi Efektif_X1 * Pengalaman Pengguna_Z	-0,478	-0,525	-0,490	1,000	0,980	-0,519
Kualitas Layanan_X2 * Pengalaman Pengguna_Z	-0,487	-0,504	-0,515	0,980	1,000	-0,542
PP1	0,817	0,832	0,852	-0,455	-0,484	0,872
PP10	0,811	0,756	0,807	-0,482	-0,506	0,881
PP11	0,827	0,758	0,799	-0,345	-0,362	0,825
PP2	0,820	0,838	0,834	-0,558	-0,551	0,836
PP3	0,834	0,830	0,852	-0,552	-0,547	0,872
PP4	0,791	0,731	0,787	-0,274	-0,320	0,823
PP5	0,783	0,775	0,776	-0,346	-0,362	0,846
PP6	0,801	0,772	0,818	-0,437	-0,481	0,870
PP7	0,835	0,800	0,808	-0,521	-0,525	0,873
PP8	0,846	0,780	0,818	-0,495	-0,513	0,895
PP9	0,791	0,762	0,806	-0,431	-0,463	0,860
KE1	0,699	0,780	0,726	-0,423	-0,405	0,721

Fornell Larcker Criterion

Discriminant Validity

	Kepuasan Pengguna_Y	Komunikasi Efektif_X1	Kualitas Layanan_X2	Moderating Effect 1	Moderating Effect 2	Pengalaman Pengguna_Z
Kepuasan Pengguna_Y	0.872					
Komunikasi Efektif_X1	0.917	0.827				
Kualitas Layanan_X2	0.946	0.941	0.833			
Moderating Effect 1	-0.478	-0.525	-0.490	1.000		
Moderating Effect 2	-0.487	-0.504	-0.515	0.980	1.000	
Pengalaman Pengguna_Z	0.948	0.913	0.947	-0.519	-0.542	0.860

Construct Reliability & Validity

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kepuasan Pengguna_Y	0.961	0.961	0.966	0.761
Komunikasi Efektif_X1	0.967	0.968	0.970	0.683
Kualitas Layanan_X2	0.971	0.971	0.973	0.694
Moderating Effect 1	1.000	1.000	1.000	1.000
Moderating Effect 2	1.000	1.000	1.000	1.000
Pengalaman Pengguna_Z	0.965	0.965	0.969	0.739

INNER MODEL

R-Square

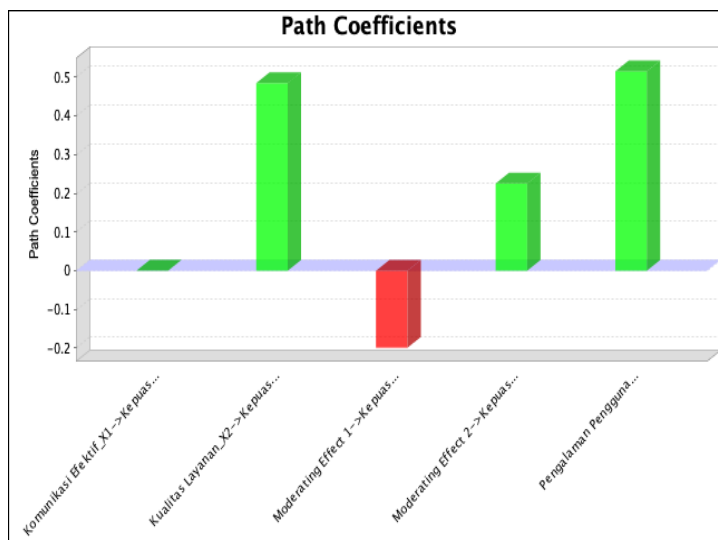
R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Pengguna_Y	0.927	0.925

Path Coefficients

Path Coefficients

Matrix	Path Coefficients
Kepuasan Pengguna_Y	
Komunikasi Efektif_X1	0.000
Kualitas Layanan_X2	0.485
Moderating Effect 1	-0.199
Moderating Effect 2	0.225
Pengalaman Pengguna_Z	0.515



T-Statistics

Total Effects

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Komunikasi Efektif_X1 -> Kepuasan Pengguna_Y	0.000	-0.000	0.106	0.003	0.499
Kualitas Layanan_X2 -> Kepuasan Pengguna_Y	0.485	0.473	0.139	3.476	0.000
Moderating Effect 1 -> Kepuasan Pengguna_Y	-0.199	-0.193	0.160	1.244	0.107
Moderating Effect 2 -> Kepuasan Pengguna_Y	0.225	0.216	0.165	1.364	0.086
Pengalaman Pengguna_Z -> Kepuasan Pengguna_Y	0.515	0.525	0.118	4.376	0.000

Predictive Relevance

Construct Crossvalidated Redundancy

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Kepuasan Pengguna_Y	1656.000	509.607	0.692
Komunikasi Efektif_X1	2760.000	2760.000	
Kualitas Layanan_X2	2944.000	2944.000	
Moderating Effect 1	184.000	184.000	
Moderating Effect 2	184.000	184.000	
Pengalaman Pengguna_Z	2024.000	2024.000	

Model Fit

Model_Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.046	0.047
d_ULS	2.832	2.868
d_G	6.292	6.266
Chi-Square	4484.325	4491.205
NFI	0.684	0.684

HASIL PENGUMPULAN DATA

Komunikasi Efektif

KE1	KE 2	KE 3	KE 4	KE 5	KE6	KE7	KE8	KE9	KE1 0	KE1 1	KE1 2	KE1 3	KE1 4	KE1 5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5
4	5	3	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4
5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	4	5	4	4	4	5	5	5	3	5	4	5	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	5	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4
5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5
2	1	1	2	3	3	3	5	2	1	3	1	2	2	2
5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3
4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5
4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	5	3	4	4	3	5	5	3	3	4	4
4	4	3	4	4	3	4	3	3	5	5	5	5	4	4
3	3	4	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5
3	4	5	5	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	3	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5
4	3	4	4	4	5	3	5	5	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3
3	2	3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4
3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	4	3	4	3	5	3	4	5	4	3	5	4	5	3
4	5	5	3	5	4	4	3	4	5	5	4	3	4	5
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4

Kualitas Layanan

KL 1	KL 2	KL 3	KL4	KL 5	KL 6	KL 7	KL 8	KL 9	KL1 0	KL1 1	KL1 2	KL1 3	KL1 4	KL1 5	KL1 6
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	5	5	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	2	4
5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4
5	3	5	5	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	5	5
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5
4	3	1	4	5	2	5	5	2	4	1	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4
4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4
4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	5
5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
2	2	2	1	3	1	4	4	2	1	1	2	4	2	2	2
5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4
5	5	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	5	3
3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3
5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5
5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	1
4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	3
4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5
4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3

3	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3
3	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	5	4	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
4	5	3	4	3	5	4	3	4	5	3	3	4	5	4	3
4	3	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4
3	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4

Pengalaman Pengguna

PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	PP6	PP7	PP8	PP9	PP10	PP11
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4
4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	3	5	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	2	3	1	4	3	2	2	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5
5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4
4	5	5	5	3	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	3	4	3	3	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
2	1	1	4	3	1	1	1	2	1	3
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5
3	4	4	3	4	3	5	5	3	4	3
4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	4
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	5	3	3	4	5	4	5
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4
5	5	4	4	5	4	5	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5	4	3	3	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	5	3	4	3	4	3	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3
4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	5	4	3	3	4	5	3	4
5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
3	5	4	4	3	5	5	4	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

4	5	5	4	3	3	4	3	5	3	3
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
3	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3

Kepuasan Pengguna

KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	KP9
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	4
4	5	4	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4	5
5	4	4	4	5	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	5	3	3
5	5	5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5	5	4	3
4	5	4	5	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	5	3	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5	5
4	5	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	3	5	4	5	5	5
5	4	4	4	4	5	5	4	4
4	2	1	2	1	3	3	3	2
4	4	3	4	4	4	4	3	4
5	4	4	5	4	5	5	4	5
5	5	5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	3	3
3	4	4	3	4	4	3	5	4
5	4	4	3	3	3	4	5	4
4	5	5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	5	3	3	5	5	5
3	4	4	3	3	3	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	4	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	5	3	4	3	3	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4
3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	3
5	5	4	4	5	5	5	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5

3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	4	3	5	4	5	5
4	4	4	5	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	3	5	3	4	5	5	4	3
3	3	5	4	5	5	5	5	4
5	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5

3	3	3	3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4	4	4	4