

TESIS

Pengaruh *Innovation Resistance Theory* (IRT) terhadap *Word of Mouth* dan Kesiediaan untuk Merekomendasikan, dengan Kesiediaan Melanjutkan Penggunaan sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Mobile JKN



ACC Ujian Akhir (01/04/2026)

Arif Hartono, PhD

Dosen Pembimbing:

Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D.

Diajukan Oleh:

Muhammad Ramadhani Jatmika

23911069

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2026

TESIS

Pengaruh *Innovation Resistance Theory* (IRT) terhadap *Word of Mouth* dan Kesiediaan untuk Merekomendasikan, dengan Kesiediaan Melanjutkan Penggunaan sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Mobile JKN



Dosen Pembimbing:

Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D.

Diajukan Oleh:

Muhammad Ramadhani Jatmika

23911069

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TESIS

Pengaruh *Innovation Resistance Theory* (IRT) terhadap *Word of Mouth* dan Kesiediaan untuk Merekomendasikan, dengan Kesiediaan Melanjutkan Penggunaan sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Mobile JKN

Diajukan Oleh:

Muhammad Ramadhani Jatmika

23911069

Telah disetujui oleh

Yogyakarta, 2026

Dosen Pembimbing



Arif Hartono, SE., M.Ec., Ph.D.

NIK: 083110101

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan tesis ini tidak dan belum pernah diajukan sebagai karya untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun, serya saya menyatakan bahwa penulisan tesis ini juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima hukuman/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku".

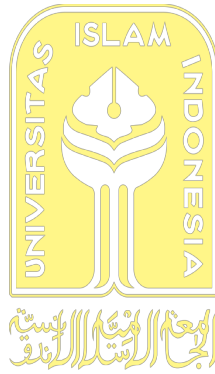
Yogyakarta, 1 April 2026



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Rend" or similar, written over a horizontal line.

Muhammad Ramadhani Jatmika

HALAMAN PENGESAHAN



Yogyakarta,

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Penguji I

Arif Hartono, SE., M.Ec., Ph.D.

Dosen Penguji II

Prof. Drs. Anas Hidayat, MBA., Ph.D.

BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari Senin tanggal 27 April 2026 Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia telah mengadakan ujian tesis yang disusun oleh :

MUHAMMAD RAMADHANI JATMIKA

No. Mhs. : 23911069

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran Strategik

Dengan Judul:

PENGARUH INNOVATION RESISTANCE THEORY (IRT) TERHADAP WORD OF MOUTH DAN KESEDIAAN UNTUK MEREKOMENDASIKAN, DENGAN KESEDIAAN MELANJUTKAN PENGGUNAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA MOBILE JKN.

Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh Tim Penguji,
maka tesis tersebut dinyatakan **LULUS**

Penguji I



Arif Hartono, SE., M.Ec., Ph.D.

Penguji II



Prof. Drs. Anas Hidayat, MBA., Ph.D.

Mengetahui
Ketua Program Studi Magister Manajemen,



Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala karunia dan ridho- NYA, sehingga tesis dengan judul Pengaruh *Innovation Resistance Theory* (IRT) terhadap *Word of Mouth* dan Kesiediaan untuk Merekomendasikan, dengan Kesiediaan Melanjutkan Penggunaan sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Mobile JKN dapat diselesaikan.

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indonesia. Pada kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Arif Hartono, SE., M.Ec., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah mengajarkan dan membantu dengan baik selama pengerjaan tesis ini.
2. Segenap dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia yang telah menyalurkan ilmu pengetahuan selama penulis menjadi mahasiswa.
3. Keluarga tercinta, Bapak Sidik Jatmika dan Ibu Eny Iskawati, beserta kakak Indrawan dan adik tercinta Nayla Syafira Iskawati yang selalu memberikan dukungan semangat dan doa tanpa henti.
4. Kekasihku tercinta Khanza Rahmalia yang selalu mendukung dan memberikan doa yang terbaik.
5. Teman - teman di Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia yang selalu memberikan doa dan dukungan.

Yogyakarta, 1 April 2026



Muhammad Ramadhani Jatmika

HALAMAN MOTTO

"Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkan." (Umar bin Khattab)

"Jika kamu menginginkan sesuatu yang belum pernah dimiliki dalam hidupmu. Kamu harus melakukan sesuatu yang belum pernah dilakukan sebelumnya" - JD Houston

"Mulai setiap harimu dengan pikiran positif dan hati yang bersyukur" - Roy T. Bennett

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
BERITA ACARA TESIS	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN MOTTO	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 INNOVATION RESISTANCE THEORY (IRT)	13
2.2 Definisi Variabel dan Pengembangan Hipotesis	15
2.2.1 Hubungan Antara Usage Barrier dan Continuance Intention	15
2.2.2 Hubungan Antara Value Barrier terhadap Continuance Intention	17
2.2.3 Hubungan Antara Traditional Barrier terhadap Continuance Intention	20
2.2.4 Hubungan Antara Continuance Intention terhadap Word of Mouth	22
2.2.5 Hubungan Antara Continuance Intention terhadap Intention to Recommend	25
2.3. Model Penelitian	28
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
3.3.1 Usage Barrier	35
3.3.2 Value Barrier	36
3.3.3 Traditional Barrier	37
3.3.4 Continuance Intention	39

3.3.5 Word of Mouth	40
3.3.6 Intention to Recommend	41
3.4 Pilot Test	42
3.4.1 Uji Validitas	44
3.4.2 Uji Reliabilitas	46
3.5 Metode Analisis Data	47
3.5.1 Analisis Deskriptif	47
3.5.2 Analisis Statistik	48
3.5.2.1 Model pengukuran atau Outer Model	49
3.5.2.2 Model Struktural atau Inner Model	52
3.5.2.3 Pengujian Hipotesis	55
BAB IV	57
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Analisis Deskriptif Profil Responden	57
4.1.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili Responden Saat Ini	59
4.1.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
4.1.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden	62
4.1.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	63
4.1.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia Responden	65
4.1.7 Klasifikasi Responden berdasarkan Alasan Penggunaan Aplikasi Mobile JKN	66
4.1.8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Seberapa Sering Menggunakan Aplikasi Mobile JKN	68
4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	69
4.2.1 Variabel Usage Barrier	71
4.2.2 Variabel Value Barrier	72
4.2.3 Variabel Traditional Barrier	74
4.2.4 Variabel Continuance Intention	76
4.2.5 Variabel Word of Mouth	78
4.2.6 Variabel Intention to Recommend	80
4.3 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	82
4.3.1 Hasil Uji Validitas	83
4.3.1.1 Hasil Uji Validitas Konvergen	83
4.3.1.2 Hasil Uji Validitas Diskriminan	87
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	89
4.4 Pengujian Model Struktural (Inner Model)	91
4.4.1 Hasil Uji Kolinearitas	92
4.4.2 Hasil Uji Koefisien Jalur (Path Coefficient)	94
4.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)	96
4.4.3 Hasil Uji Q-Square	98
4.5 Hasil Uji Hipotesis	100
4.6 Pembahasan	105

4.6.1 Pengaruh Usage Barrier terhadap Continuance Intention	106
4.6.2 Pengaruh Value Barrier terhadap Continuance Intention	107
4.6.3 Pengaruh Traditional Barrier terhadap Continuance Intention	109
4.6.4 Pengaruh Continuance Intention terhadap Word of Mouth	112
4.6.5 Pengaruh Continuance Intention terhadap Intention to Recommend	113
BAB V	115
SIMPULAN DAN SARAN	115
5.1 Simpulan	115
5.2 Manfaat dan Implikasi Penelitian	118
5.3 Keterbatasan Penelitian	121
5.4 Saran	123
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN	131

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Poin Skala Likert	24
Tabel 3.2 Indikator Usage Barrier	27
Tabel 3.3 Indikator Value Barrier	28
Tabel 3.4 Indikator Traditional Barrier	29
Tabel 3.5 Indikator Continuance Intention	30
Tabel 3.6 Indikator Word of Mouth	31
Tabel 3.7 Indikator Intention to Recommend	32
Tabel 3.8 Uji Validitas Pilot Studi 50 Sample	34
Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Pilot Test studi 50 sampel	35
Tabel 3.10. Kriteria Kolineritas	41
Tabel 3.11. Kriteria Uji R- Square Menurut Chin (1998)	42
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden berdasarkan Domisili Responden Saat Ini	46
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan Responden	48
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan	50
Tabel 4.6 Klasifikasi Responden berdasarkan Usia Responden	51
Tabel 4.7 Klasifikasi Responden berdasarkan Alasan Penggunaan Aplikasi Mobile JKN	52
Tabel 4.8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Seberapa Sering Menggunakan Aplikasi Mobile JKN	53
Tabel 4.9 Rentang Penilaian Skala Deskriptif Variabel	55
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif pada Variabel Usage Barrier	55
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif pada Variabel Value Barrier	57
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif pada Variabel Traditional Barrier	58
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif pada Variabel Continuance Intention	60
Tabel 4.14 Analisis Deskriptif pada Variabel Word of Mouth	62
Tabel 4.15 Analisis Deskriptif pada Variabel Intention to Recommend	
Tabel 4.16 Outer Loading Uji Validitas Konvergen	66
Tabel 4.17 Hasil Pengukuran Nilai AVE	67
Tabel 4.18 Nilai Square Root AVE Validitas Diskriminan	68
Tabel 4.19 Hasil Uji Heterotrait - Monotrait	69
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	70
Tabel 4.21 Hasil Uji Kolinearitas	72
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Jalur	74
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)	75
Tabel 4.23 Hasil Uji Q-Square	77
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Validitas Konvergen	65
Gambar 4.2 Bootstrapping Uji Model Struktural	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisioner Penelitian	99
Lampiran 2: 50 Uji Data Instrument	107
Lampiran 3: Uji Validitas dan Reliabilitas 50 Data Instrument	109
Lampiran 4 : Analisis Deskriptif	113
Lampiran 5 : 200 Data Instrumen	139
Lampiran 6 : Perhitungan Variabel	159
Lampiran 7 : Uji Validitas dan Reliabilitas 200 Instrument	163
Lampiran 8 : Uji Kolinearitas	165
Lampiran 9 : Hasil Uji Koefisien Jalur	165
Lampiran 10: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)	166
Lampiran 11: Hasil Uji Q-Square	166
Lampiran 12: Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	167

ABSTRAK

Transformasi digital dalam layanan kesehatan mendorong organisasi publik untuk memanfaatkan teknologi informasi guna meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi pelayanan kepada masyarakat. Salah satu inovasi tersebut adalah aplikasi Mobile JKN yang dikembangkan oleh BPJS Kesehatan untuk memudahkan peserta Jaminan Kesehatan Nasional dalam mengakses berbagai layanan administrasi kesehatan secara digital. Meskipun memiliki potensi manfaat yang besar, tingkat pemanfaatan Mobile JKN masih relatif rendah dibandingkan dengan jumlah peserta JKN secara keseluruhan, yang menunjukkan adanya resistensi terhadap inovasi di kalangan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Innovation Resistance Theory* yang meliputi *usage barrier*, *value barrier*, dan *traditional barrier* terhadap *word of mouth* dan *intention to recommend* dengan *continuance intention* sebagai variabel mediasi pada pengguna Mobile JKN. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 200 responden pengguna Mobile JKN di Indonesia dan dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *usage barrier* tidak berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*, sedangkan *value barrier* dan *traditional barrier* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* namun dengan arah hubungan yang tidak sesuai dengan hipotesis penelitian. Selain itu, *continuance intention* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* serta *intention to recommend*. Temuan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan penggunaan layanan digital memiliki peran penting dalam mendorong terbentuknya rekomendasi positif terhadap layanan kesehatan digital.

Kata kunci: Innovation Resistance Theory, Mobile JKN, continuance intention, word of mouth, intention to recommend.

ABSTRACT

Digital transformation in healthcare services encourages public organizations to utilize information technology to improve the accessibility and efficiency of public services. One such innovation is the Mobile JKN application developed by BPJS Kesehatan to facilitate National Health Insurance participants in accessing various health administration services digitally. Despite its potential benefits, the utilization rate of Mobile JKN remains relatively low compared to the total number of JKN participants, indicating resistance to innovation among users. This study aims to analyze the influence of Innovation Resistance Theory, which includes usage barriers, value barriers, and traditional barriers, on word of mouth and intention to recommend, with continuance intention as a mediating variable in Mobile JKN users. This study used a quantitative approach with a survey method of 200 respondents using Mobile JKN in Indonesia and analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results showed that usage barriers did not significantly influence continuance intention, while value barriers and traditional barriers significantly influenced continuance intention, but with a direction of relationship that was not in accordance with the research hypothesis. In addition, continuance intention was proven to have a positive and significant effect on word of mouth and intention to recommend. These findings indicate that continued use of digital services plays a significant role in fostering positive recommendations for digital healthcare services.

Keywords: Innovation Resistance Theory, Mobile JKN, continuance intention, word of mouth, intention to recommend.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat dan perkembangan teknologi komunikasi digital yang kian pesat, *word of mouth* (WOM) dan *intention to recommend* menjadi faktor penting yang tidak dapat diabaikan oleh perusahaan, baik di sektor swasta maupun publik. Transformasi digital telah mengubah cara pelanggan berbagi pengalamannya, dari sekadar interaksi tatap muka menjadi penyebaran informasi secara cepat dan luas melalui media sosial, platform ulasan daring, serta forum digital (Nguyen & Phan., 2022). Kemudahan berbagi pengalaman positif maupun negatif membentuk persepsi calon pengguna dan berpengaruh langsung terhadap keputusan mereka dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Dalam konteks pemasaran modern yang semakin interaktif dan partisipatif, *word of mouth* dan *intention to recommend* berperan dalam memperkuat citra merek, membangun kepercayaan, serta mendorong loyalitas pengguna secara berkelanjutan (Manyanga et al., 2022). Ketika rekomendasi disampaikan secara autentik dan menjangkau audiens yang tepat, peluang

perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan publik dan mempertahankan posisinya di tengah persaingan akan semakin besar.

Fenomena ini juga berlaku di sektor layanan publik digital, termasuk layanan kesehatan. Di era media sosial, *word of mouth* menyebar dengan cepat dan memiliki daya pengaruh yang signifikan. Satu ulasan positif di platform seperti Instagram, TikTok, atau WhatsApp dapat menjangkau ribuan orang dalam waktu singkat. *Word of mouth* tidak hanya mempengaruhi keputusan pembelian, tetapi juga membentuk kepercayaan publik terhadap kredibilitas suatu lembaga atau penyedia layanan. Oleh karena itu, banyak perusahaan berupaya memahami cara membangun *word of mouth* dan *intention to recommend* yang efektif, terutama melalui peningkatan kualitas pengalaman pengguna. Menurut Kaur (2020), *word of mouth* dan *intention to recommend* merupakan sumber keunggulan kompetitif karena keduanya muncul dari pengalaman nyata yang dibagikan secara sukarela oleh pengguna.

Salah satu bentuk transformasi digital di Indonesia yang menarik untuk diteliti adalah Mobile JKN, aplikasi resmi BPJS Kesehatan. Aplikasi ini mulai diperkenalkan secara nasional pada akhir tahun 2017 sebagai inovasi layanan digital untuk mendekatkan akses jaminan kesehatan kepada masyarakat dengan memindahkan berbagai aktivitas administratif yang sebelumnya hanya dapat dilakukan di kantor cabang ke dalam layanan daring yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun melalui perangkat seluler. Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah pengguna Mobile JKN meningkat pesat. Hingga tahun 2023, tercatat 21.753.548

pengguna aplikasi Mobile JKN di seluruh Indonesia (Wulandari et al., 2024). Mobile JKN dihadirkan sebagai inovasi digital untuk menjawab tantangan dalam penyelenggaraan layanan kesehatan nasional, dengan menyediakan fitur seperti pendaftaran peserta baru dan perubahan data secara daring, pengecekan status iuran dan tagihan, informasi fasilitas kesehatan terdekat, riwayat pelayanan, kartu peserta digital, hingga konsultasi dengan dokter. Kehadiran fitur-fitur tersebut meningkatkan efisiensi layanan, memperpendek waktu tunggu, serta memperkuat transparansi pengelolaan data kesehatan. Dengan demikian, Mobile JKN tidak hanya berfungsi sebagai alat administratif, tetapi juga sebagai sarana strategis untuk membangun citra positif BPJS Kesehatan di mata publik.

Saat ini, jumlah peserta JKN di BPJS Kesehatan telah mencapai sekitar 267 juta jiwa, atau 95,77 persen dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 278.752.361 jiwa pada tahun 2023. Angka ini sangat signifikan bagi skema jaminan kesehatan nasional dan menjadi dasar bagi BPJS Kesehatan untuk berfokus pada pencapaian *universal health coverage* (UHC) melalui berbagai inovasi layanan. Namun demikian, peningkatan jumlah peserta tersebut masih belum sebanding dengan pemanfaatan layanan digital yang tersedia. Berdasarkan temuan Wulandari et al. (2024), meskipun kepesertaan JKN telah mencakup lebih dari 267 juta jiwa, pengguna Mobile JKN yang tercatat aktif hanya sekitar 21 juta sehingga terdapat kesenjangan penggunaan yang sangat besar antara jumlah peserta dan pengguna layanan digital. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Mobile JKN belum merata di seluruh kelompok peserta. Selain itu, keterbatasan akses internet di beberapa wilayah, rendahnya literasi digital terutama pada kelompok usia

menengah ke atas, serta usability aplikasi yang dinilai kurang intuitif menjadi hambatan signifikan. Kesulitan dalam navigasi fitur, proses aktivasi akun, perubahan fasilitas kesehatan maupun konsultasi dokter membuat sebagian pengguna lebih memilih layanan tatap muka (Hakim et al., 2024). Kondisi ini berpotensi memunculkan *word of mouth* negatif yang pada akhirnya dapat menghambat penerimaan dan adopsi berkelanjutan terhadap layanan digital tersebut.

Transformasi digital dalam layanan kesehatan membawa dampak signifikan terhadap peningkatan efisiensi dan kepuasan pengguna. Raimo et al. (2022) menyebutkan bahwa digitalisasi mendorong organisasi publik untuk menjadi lebih transparan, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Iyanna et al. (2022) menegaskan bahwa keberhasilan adopsi teknologi publik turut memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga penyedia layanan. Dalam konteks ini, pengalaman positif pengguna Mobile JKN berpotensi menumbuhkan *word of mouth* dan *intention to recommend* yang lebih kuat. WOM positif dapat mempercepat penyebaran informasi, menurunkan tingkat keraguan masyarakat terhadap layanan digital, dan mendorong peningkatan jumlah pengguna baru. Sebaliknya, jika pengalaman pengguna negatif, WOM yang terbentuk pun dapat bersifat destruktif dan menghambat penerimaan inovasi.

Fenomena *innovation resistance* atau resistensi terhadap inovasi masih ditemukan pada sebagian masyarakat. Berdasarkan *Innovation Resistance Theory* (IRT), resistensi terhadap inovasi dapat muncul meskipun inovasi tersebut memiliki

manfaat, karena adanya hambatan fungsional dan psikologis (Nel & Boshoff, 2020). Hambatan fungsional meliputi *usage barrier*, *value barrier*, *image barrier*. Sementara hambatan psikologis mencakup *tradition barrier*, kecemasan teknologi, dan ketidakpercayaan terhadap sistem digital (Santos & Ponchio., 2021; Kaur et al., 2020). Dalam konteks Mobile JKN, resistensi ini tampak dari masih banyaknya peserta yang memilih mengurus layanan langsung di kantor BPJS atau fasilitas kesehatan karena menganggap aplikasi rumit dan tidak mudah dipahami (Talwar et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa baik hambatan fungsional maupun psikologis perlu diatasi melalui edukasi, peningkatan antarmuka pengguna (*user interface*), dan kampanye literasi digital agar masyarakat dapat beralih ke layanan daring secara nyaman.

Salah satu variabel yang berperan penting dalam menjembatani pengaruh resistensi inovasi terhadap *word of mouth* dan *intention to recommend* adalah *continuance intention* atau niat berkelanjutan untuk terus menggunakan layanan digital. Menurut Akram et al. (2024), *continuance intention* mencerminkan keinginan pengguna untuk mempertahankan penggunaan setelah pengalaman awal. Pengguna dengan niat berkelanjutan cenderung memiliki persepsi positif terhadap kemudahan dan manfaat layanan, sehingga lebih mungkin membagikan pengalaman baiknya kepada orang lain (Kwangsawad & Jattamart, 2022). Sebaliknya, resistensi yang tinggi akan menurunkan niat berkelanjutan dan berdampak pada rendahnya *word of mouth* positif (Migliore et al., 2022). Penelitian Ray et al. (2022) di India menunjukkan bahwa *continuance intention* berperan sebagai penguat antara kepuasan pengguna dengan perilaku promosi sukarela. Kaur

et al. (2020) juga menemukan bahwa kepuasan dan manfaat yang dirasakan meningkatkan penggunaan berkelanjutan serta dorongan untuk merekomendasikan layanan digital.

Seperti yang telah didiskusikan sebelumnya bahwa terdapat beberapa penelitian yang menjadikan aplikasi Mobile JKN sebagai objek kajian utama dalam konteks layanan kesehatan publik digital. Misalnya, penelitian yang meneliti pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas interaksi terhadap kepuasan dan *continual usage* layanan mHealth Mobile JKN (Khusna et al., 2021), penelitian yang berfokus pada efektivitas implementasi Mobile JKN sebagai inovasi pelayanan publik dari sisi efisiensi administrasi dan proses pelayanan (Hakim et al., 2024), serta penelitian yang memusatkan perhatian pada peningkatan pengetahuan remaja melalui kegiatan sosialisasi Mobile JKN (Rizqulloh et al., 2023). Dalam hal ini, berbagai variabel yang digunakan pada penelitian terdahulu cenderung berfokus pada kualitas layanan, efektivitas organisasi, dan aspek edukasi, sementara perilaku pasca adopsi pengguna, seperti niat melanjutkan penggunaan, *word of mouth* (WOM), dan niat merekomendasikan, belum dikaji secara komprehensif, khususnya dengan memasukkan dimensi resistensi inovasi sebagai faktor penentu. Selain itu, sebagian besar penelitian tersebut belum menguji peran niat melanjutkan penggunaan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan hambatan inovasi dengan perilaku rekomendasi, sehingga belum memberikan gambaran utuh mengenai mekanisme psikologis yang mendasari keberlanjutan penggunaan Mobile JKN. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh perilaku pasca-adopsi pengguna Mobile JKN dengan mengintegrasikan *Innovation*

Resistance Theory (IRT) dan variabel niat melanjutkan penggunaan, *word of mouth*, serta niat merekomendasikan. Dengan demikian, ada beberapa variabel yang menarik untuk dikaji, yaitu pengaruh resistensi inovasi terhadap niat melanjutkan penggunaan, *word of mouth*, dan niat merekomendasikan, dengan kesediaan melanjutkan penggunaan sebagai variabel mediasi pada pengguna Mobile JKN.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Innovation Resistance Theory* (IRT) terhadap *word of mouth* (WOM) dan kesediaan untuk merekomendasikan, dengan *continuance intention* sebagai variabel mediasi pada pengguna Mobile JKN. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam memperluas pemahaman IRT pada konteks layanan publik berbasis digital, serta kontribusi praktis bagi BPJS Kesehatan dalam merumuskan strategi peningkatan retensi pengguna, mengurangi hambatan penggunaan, dan memperkuat rekomendasi positif yang mendorong pemanfaatan Mobile JKN secara lebih luas dan berkelanjutan. Penelitian ini berjudul "Pengaruh *Innovation Resistance Theory* (IRT) terhadap *Word of Mouth* dan Kesediaan untuk Merekomendasikan, dengan *Keinginan Melanjutkan Penggunaan* sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Mobile JKN."

1.2 Rumusan Penelitian

Perkembangan teknologi digital dinilai mampu membantu organisasi publik dalam meningkatkan kualitas layanan kepada masyarakat, sehingga mendorong terjadinya pergeseran pola pelayanan yang semula mengandalkan interaksi tatap muka menjadi layanan berbasis aplikasi digital. Transformasi ini dimanfaatkan oleh

BPJS Kesehatan melalui pengembangan aplikasi Mobile JKN sebagai inovasi layanan kesehatan digital yang bertujuan untuk mendekatkan akses jaminan kesehatan nasional kepada masyarakat. Aplikasi Mobile JKN dirancang untuk membantu peserta JKN dalam memenuhi berbagai kebutuhan layanan, mulai dari pendaftaran dan perubahan data kepesertaan, pengecekan status iuran dan tagihan, pencarian fasilitas kesehatan, hingga akses kartu peserta digital, riwayat pelayanan, dan informasi layanan kesehatan. Melalui pemanfaatan teknologi digital, data peserta dapat terintegrasi secara terpusat sehingga memungkinkan penyelenggaraan layanan yang lebih cepat, efisien, dan transparan.

Penggunaan layanan digital bertujuan untuk menciptakan pengalaman pengguna yang positif dengan memberikan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam mengakses layanan kesehatan. Layanan digital diharapkan mampu memberikan kenyamanan bagi peserta JKN dengan mengurangi ketergantungan pada layanan tatap muka serta memperpendek waktu dan proses administrasi. Namun demikian, penerapan inovasi digital dalam layanan publik masih perlu diteliti lebih lanjut, khususnya terkait bagaimana pengguna merespons dan menerima layanan tersebut. Meskipun Mobile JKN menawarkan berbagai manfaat, terdapat faktor lain yang mempengaruhi pengalaman pengguna, seperti munculnya resistensi terhadap inovasi. Berdasarkan *Innovation Resistance Theory (IRT)*, kehadiran teknologi baru memungkinkan timbulnya hambatan fungsional dan psikologis, seperti kesulitan penggunaan aplikasi, persepsi manfaat yang belum optimal, serta kecenderungan

pengguna untuk tetap mempertahankan layanan konvensional karena kebiasaan dan keterbatasan literasi digital.

Resistensi terhadap inovasi tersebut berpotensi menurunkan niat pengguna untuk terus menggunakan Mobile JKN secara berkelanjutan. Rendahnya niat melanjutkan penggunaan tidak hanya berdampak pada efektivitas implementasi layanan digital, tetapi juga mempengaruhi perilaku komunikasi pengguna. Pengalaman penggunaan yang positif cenderung mendorong terbentuknya *word of mouth* dan kesediaan untuk merekomendasikan, sementara pengalaman negatif berpotensi memunculkan komunikasi negatif yang dapat menghambat penerimaan layanan digital oleh masyarakat yang lebih luas. Berdasarkan kondisi tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pasca adopsi pengguna Mobile JKN, khususnya yang berkaitan dengan resistensi inovasi, kesediaan untuk melanjutkan penggunaan, *word of mouth*, dan kesediaan untuk merekomendasikan, masih belum sepenuhnya diteliti secara komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk menganalisis pengaruh *Innovation Resistance Theory (IRT)* terhadap *word of mouth* dan kesediaan untuk merekomendasikan dengan kesediaan melanjutkan penggunaan sebagai variabel mediasi pada pengguna aplikasi Mobile JKN.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *usage barrier* berpengaruh negatif terhadap **kesediaan melanjutkan penggunaan** pada pemanfaatan aplikasi Mobile JKN?
2. Apakah *value barrier* berpengaruh negatif terhadap **kesediaan melanjutkan penggunaan** pada pemanfaatan aplikasi Mobile JKN?
3. Apakah *traditional barrier* berpengaruh negatif terhadap **kesediaan melanjutkan penggunaan** pada pemanfaatan aplikasi Mobile JKN ?
4. Apakah *continuance intention* berpengaruh positif terhadap *word of mouth* pada pemanfaatan aplikasi Mobile JKN?
5. Apakah *continuance intention* berpengaruh positif terhadap **kesediaan untuk merekomendasikan** pada pemanfaatan aplikasi mobile JKN?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menjelaskan adanya pengaruh *usage barrier* terhadap kesediaan melanjutkan penggunaan pada pemanfaatan aplikasi Mobile JKN.
2. Untuk menguji dan menjelaskan adanya pengaruh *value barrier* terhadap kesediaan melanjutkan penggunaan pada pemanfaatan aplikasi Mobile JKN.

3. Untuk menguji dan menjelaskan adanya pengaruh *traditional barrier* terhadap kesediaan melanjutkan penggunaan pada pemanfaatan aplikasi Mobile JKN.
4. Untuk menguji dan menjelaskan adanya pengaruh *continuance intention* terhadap *word of mouth* pada pemanfaatan aplikasi Mobile JKN.
5. Untuk menguji dan menjelaskan adanya pengaruh *continuance intention* terhadap kesediaan untuk merekomendasikan pada pemanfaatan aplikasi Mobile JKN.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan hubungan *innovation resistance theory* (IRT), *continuance intention*, *word of mouth* (WOM), dan *intention to recommend* dalam konteks layanan publik digital. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian IRT di Indonesia, khususnya di sektor kesehatan, dengan fokus pada perilaku pasca-adopsi dan peran mediasi *continuance intention*. Selain itu, penelitian ini memperkaya literatur pemasaran digital dan perilaku konsumen dengan menambahkan perspektif bahwa *word of*

mouth dan *intention to recommend* tidak hanya relevan di sektor komersial, tetapi juga berperan dalam memperluas adopsi layanan digital digital seperti Mobile JKN.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan bagi BPJS Kesehatan akan pentingnya penguatan *word of mouth* (WOM) dan *intention to recommend* sebagai strategi untuk meningkatkan adopsi dan retensi pengguna aplikasi Mobile JKN. Pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna dalam merekomendasikan aplikasi, seperti mengatasi hambatan penggunaan, persepsi nilai, dan keterikatan pada metode konvensional, akan membantu BPJS Kesehatan dalam merancang strategi pelayanan digital yang lebih efektif. Peningkatan pengalaman positif pengguna diharapkan mampu mendorong rekomendasi sukarela yang pada akhirnya akan memperluas basis pengguna, memperkuat citra positif layanan publik digital, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Mobile JKN.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *INNOVATION RESISTANCE THEORY (IRT)*

Penelitian ini menggunakan *innovation resistance theory* yang pertama kali diperkenalkan oleh Ram dan kemudian dikembangkan secara lebih sistematis oleh Ram dan Sheth sebagai landasan untuk menjelaskan resistensi konsumen terhadap inovasi (Spinelli et al., 2024). Dalam teori ini, resistensi inovasi didefinisikan sebagai penolakan yang ditunjukkan konsumen terhadap suatu inovasi karena inovasi tersebut berpotensi mengubah kebiasaan yang telah dirasakan memuaskan atau bertentangan dengan struktur keyakinan yang mereka miliki. *Innovation resistance theory* memandang resistensi bukan sebagai reaksi spontan, tetapi sebagai hasil dari mekanisme pertimbangan kognitif dan proses pengambilan keputusan yang matang mengenai konsekuensi perilaku apabila inovasi diadopsi (Chen et al., 2022). Dengan kata lain, sebelum menolak, konsumen terlebih dahulu menimbang apakah inovasi akan mengganggu kenyamanan, rutinitas, maupun nilai yang diyakini, sehingga resistensi dipahami sebagai respons rasional yang berakar pada evaluasi biaya–manfaat dan kesesuaian nilai. Ram dan Sheth kemudian mengelompokkan hambatan terhadap adopsi inovasi ke dalam dua kategori besar, yaitu hambatan fungsional dan hambatan psikologis. Hambatan fungsional mencakup *usage barrier* atau ketidaksesuaian inovasi dengan kebiasaan atau alur

kerja yang sudah ada, *value barrier* yaitu ketika manfaat yang dirasakan tidak sebanding dengan usaha, biaya, atau waktu yang dikeluarkan, serta *risk barrier* yang terkait dengan persepsi ketidakpastian dan risiko yang mungkin timbul dari penggunaan inovasi, seperti kekhawatiran akan kegagalan sistem atau potensi kerugian yang tidak diinginkan. Sementara itu, hambatan psikologis terdiri dari *tradition barrier*, yakni konflik dengan tradisi, nilai, atau kebiasaan yang telah mengakar, serta *image barrier*, yaitu persepsi negatif terhadap citra, simbol, atau asosiasi sosial yang melekat pada inovasi tersebut (Jin et al., 2022).

Innovation resistance theory (IRT) cukup populer dalam literatur mengenai layanan digital dan *e-health* (Kaur et al., 2020; Ray et al., 2022). Teori ini banyak digunakan untuk menjelaskan mengapa pengguna menolak atau enggan terus menggunakan suatu layanan ketika mereka merasakan hambatan penggunaan, nilai, risiko, tradisi, maupun citra. Hambatan-hambatan tersebut dapat menurunkan niat melanjutkan penggunaan (*continuance intention*) dan pada akhirnya melemahkan *word of mouth* (WOM) dan *intention to recommend*, karena pengguna cenderung enggan membagikan pengalaman positif atau merekomendasikan layanan yang tidak lagi ingin mereka gunakan (Kwangsawad & Jattamart, 2022). Dengan demikian, *innovation resistance theory* dapat dijadikan sebagai dasar berpikir untuk mengkaji bagaimana berbagai *innovation barriers* pada Mobile JKN mempengaruhi *word of mouth* dan *intention to recommend* dengan *continuance intention* sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini.

2.2 Definisi Variabel dan Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Hubungan Antara *Usage Barrier* dan *Continuance Intention*

Beberapa penelitian terdahulu telah mengidentifikasi hubungan antara hambatan penggunaan atau *usage barrier* dan niat keberlanjutan penggunaan atau *continuance intention* dalam konteks layanan digital. *Usage barrier* dipahami sebagai hambatan yang muncul ketika suatu inovasi tidak sesuai dengan proses kerja, pengalaman, atau kebiasaan yang telah dimiliki pengguna, sehingga menimbulkan penolakan terhadap inovasi tersebut (Chen & Chang, 2022; Nell & Boshoff, 2021). Hambatan ini dapat bersumber dari persepsi rendah terhadap kemudahan penggunaan, ketidakfamiliaran, kompleksitas, maupun usaha besar yang diperlukan untuk mempelajari inovasi sehingga dianggap melelahkan dan memakan waktu, termasuk ketika pengguna kekurangan informasi relevan terkait efektivitas dan manfaat inovasi (Mahmud & Islam, 2023; Leong et al., 2021). Di sisi lain, *continuance intention* didefinisikan sebagai kecenderungan dan niat pengguna untuk terus menggunakan suatu teknologi atau layanan secara berkelanjutan setelah pengalaman penggunaan awal, yang terbentuk antara lain melalui kepuasan dan kepercayaan terhadap layanan tersebut (Kaur et al., 2020; Kwangsawad & Jattamart, 2022; Bergman & Macada, 2023). Dengan demikian, secara konseptual, semakin tinggi hambatan penggunaan yang dirasakan, semakin besar potensi penurunan niat pengguna untuk melanjutkan penggunaan layanan digital.

Penelitian terdahulu telah mengekspos pengaruh signifikan *usage barrier* terhadap pembentukan *continuance intention* dalam berbagai konteks layanan digital. Kaur (2020), Ray et al. (2022), dan Sadiq (2021) menunjukkan bahwa hambatan penggunaan yang berkaitan dengan kompleksitas teknologi, kesulitan teknis, dan kurangnya pengetahuan pengguna berkontribusi pada menurunnya kenyamanan serta pengalaman positif pengguna, sehingga melemahkan niat untuk terus menggunakan suatu platform. Temuan tersebut menegaskan bahwa hubungan *usage barrier* dan *continuance intention* cenderung berpola negatif, karena peningkatan hambatan penggunaan justru mengurangi kecenderungan pengguna untuk mempertahankan penggunaan layanan (Kaur, 2020; Ray et al., 2022; Sadiq, 2021). Sejalan dengan itu, persepsi kemudahan penggunaan dan kompatibilitas layanan dengan rutinitas yang telah terbentuk dipandang sebagai prasyarat penting bagi terbentuknya *continuance intention* yang kuat (Kaur et al., 2020; Kwangsawad & Jattamart, 2022). Penelitian tersebut juga mengindikasikan bahwa upaya untuk menurunkan *usage barrier* melalui desain antarmuka yang sederhana, fitur yang mudah dipahami, serta dukungan informasi dan bantuan yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan dan rasa percaya diri pengguna dalam memanfaatkan layanan secara berkelanjutan.

Hubungan antara *usage barrier* dan *continuance intention* juga ditegaskan dalam kajian yang menempatkan pengalaman pengguna sebagai faktor kunci keberlanjutan penggunaan layanan digital. Ketika suatu inovasi dipersepsikan selaras dengan kebiasaan, praktik, dan norma yang telah ada, pengguna cenderung merasakan pengalaman penggunaan yang lebih mulus dan tidak mengganggu pola

perilaku yang sudah terbentuk, sehingga memperkuat niat untuk melanjutkan penggunaan (Leong et al., 2021; Bergman & Macada, 2023). Sebaliknya, jika inovasi menuntut perubahan besar dalam rutinitas, memerlukan pembelajaran tambahan, dan menimbulkan ketidakpastian manfaat, maka resistensi dan penurunan *continuance intention* lebih mungkin terjadi (Chen & Chang, 2022; Mahmud & Islam, 2023). Dengan demikian, menurunkan *usage barrier* bukan hanya berfungsi mengatasi resistensi awal, tetapi juga berperan strategis dalam membangun pengalaman positif yang berkelanjutan dan memperkuat hubungan jangka panjang antara pengguna dan penyedia layanan digital (Chakraborti, 2022). Berdasarkan diskusi teoritis dan temuan empiris tersebut, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Usage barrier* berpengaruh negatif terhadap *continuance intention*.

2.2.2 Hubungan Antara *Value Barrier* terhadap *Continuance Intention*

Penelitian terdahulu dalam bidang layanan digital berbasis *innovation resistance theory* menunjukkan adanya hubungan yang erat antara hambatan nilai atau *value barrier* dan niat keberlanjutan penggunaan atau *continuance intention* (Kumar et al., 2024; Migliore et al., 2022; Kautish et al., 2023; Ray et al., 2022). Secara konseptual, *value barrier* dipahami sebagai hambatan yang muncul ketika konsumen menilai bahwa manfaat, utilitas, atau nilai yang diterima dari suatu produk maupun layanan tidak sebanding dengan biaya, waktu, maupun usaha yang mereka keluarkan. Dalam situasi ini, konsumen memandang bahwa nilai bersih

yang mereka peroleh adalah rendah, sehingga inovasi tampak tidak layak dipertahankan. Di sisi lain, *continuance intention* didefinisikan sebagai kecenderungan dan niat pengguna untuk terus menggunakan suatu teknologi atau layanan secara berkelanjutan setelah pengalaman penggunaan awal, yang banyak dijelaskan oleh kepuasan dan kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut (Kaur et al., 2020; Kwangsawad & Jattamart, 2022; Bergman & Macada, 2023). Dengan demikian, secara teoritis, semakin besar hambatan nilai yang dirasakan, semakin rendah kecenderungan pengguna untuk melanjutkan penggunaan layanan digital.

Penelitian empiris mendukung pola hubungan negatif tersebut. Kumar et al. (2024), Migliore et al. (2022), dan Kautish et al. (2023) menemukan bahwa ketika konsumen memandang manfaat yang ditawarkan layanan tidak sepadan dengan pengorbanan finansial, waktu, maupun kognitif, maka *value barrier* yang tinggi akan menurunkan motivasi untuk tetap menggunakan layanan secara berkelanjutan. Dalam konteks analisis hambatan fungsional, Ray et al. (2022) menunjukkan bahwa *value barrier* bersama hambatan fungsional lain seperti *usage barrier* dan *risk barrier* berperan penting dalam menjelaskan penurunan niat penggunaan maupun kecenderungan ketidakberlanjutan penggunaan layanan keuangan digital. Temuan ini secara konsisten menegaskan bahwa persepsi nilai yang rendah mendorong konsumen untuk mempertimbangkan kembali kelayakan penggunaan, sehingga melemahkan *continuance intention* terhadap suatu platform.

Dalam lingkungan layanan digital yang kompetitif, pengelolaan persepsi nilai menjadi elemen sentral untuk mempertahankan pengguna. Ketika konsumen menilai bahwa layanan memberikan manfaat yang jelas, efisiensi yang tinggi, kemudahan akses, penghematan waktu, serta keuntungan fungsional maupun emosional yang melebihi biaya dan usaha yang dikeluarkan, maka *value barrier* yang dirasakan akan menurun. Kondisi ini tidak hanya mendorong konsumen untuk tetap terlibat, tetapi juga memperkuat kepuasan dan memperkuat komitmen mereka untuk melanjutkan penggunaan layanan secara berkelanjutan (Kautish et al., 2023; Ray et al., 2022). Sebaliknya, apabila konsumen merasakan adanya kesenjangan antara manfaat dan pengorbanan, misalnya fitur yang dianggap tidak relevan, biaya yang tinggi, atau hasil yang tidak sesuai ekspektasi, maka *value barrier* akan meningkat dan berpotensi mendorong mereka untuk menghentikan penggunaan layanan meskipun infrastruktur dan teknologi pendukung telah tersedia dengan baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi nilai yang dirasakan konsumen memainkan peran penting tidak hanya dalam membentuk kepuasan sesaat, tetapi juga dalam menjaga keberlangsungan hubungan jangka panjang antara konsumen dan penyedia layanan. Penguatan nilai yang dirasakan akan menekan *value barrier* dan pada gilirannya meningkatkan niat berkelanjutan dalam penggunaan, sedangkan *value barrier* yang tinggi cenderung mengarah pada penurunan *continuance intention*. Berdasarkan diskusi teoritis dan temuan empiris tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H2: *Value barrier* berpengaruh negatif terhadap *continuance intention*.

2.2.3 Hubungan Antara *Traditional Barrier* terhadap *Continuance Intention*

Penelitian terdahulu dalam konteks layanan digital menunjukkan adanya hubungan erat antara hambatan tradisional atau *traditional barrier* dan niat keberlanjutan penggunaan atau *continuance intention* (Chen, 2022; Himel, 2021; Sadiq, 2021). *Traditional barrier* dipahami sebagai hambatan yang muncul ketika kebiasaan, norma, nilai budaya, atau preferensi lama konsumen bertentangan dengan penggunaan suatu produk atau layanan baru. Konsumen yang telah lama terbiasa dengan pola, prosedur, atau cara kerja konvensional cenderung merasa lebih nyaman dengan rutinitas yang sudah mapan, sehingga enggan beralih ke sistem baru yang dianggap mengganggu keseharian mereka. Dalam konteks ini, perubahan yang ditawarkan inovasi seringkali dipersepsikan sebagai ancaman terhadap stabilitas perilaku dan identitas yang sudah terbentuk. Di sisi lain, *continuance intention* mengacu pada niat dan kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan suatu layanan atau teknologi secara berkelanjutan setelah fase adopsi awal, yang sangat dipengaruhi oleh kenyamanan, kebiasaan baru yang terbentuk, serta kesesuaian layanan dengan nilai dan praktik yang mereka anut (Kaur et al., 2020; Kwangsawad & Jattamart, 2022; Bergman & Macada, 2023). Dengan demikian, secara konseptual, semakin kuat keterikatan konsumen pada kebiasaan tradisional yang tidak selaras dengan inovasi, semakin besar potensi penurunan niat mereka untuk mempertahankan penggunaan layanan digital baru.

Secara empiris, hubungan antara *traditional barrier* dan *continuance intention* telah diinvestigasi dalam berbagai konteks layanan berbasis teknologi. Chen (2022)

menunjukkan bahwa pengguna yang sangat bergantung pada cara-cara tradisional, misalnya prosedur tatap muka atau transaksi konvensional, cenderung memiliki niat keberlanjutan yang lebih rendah terhadap layanan digital karena merasa inovasi tersebut tidak selaras dengan pola interaksi yang mereka anggap aman dan terpercaya. Temuan Himel (2021) juga mengindikasikan bahwa preferensi kuat terhadap penggunaan cara-cara tradisional, seperti penggunaan uang tunai atau layanan langsung, memperlemah motivasi pengguna untuk terus memanfaatkan platform digital meskipun mereka telah mencobanya pada tahap awal. Sejalan dengan itu, Sadiq (2021) menemukan bahwa ketika inovasi tidak mampu mengakomodasi atau menjembatani kebiasaan dan norma yang telah mengakar di kalangan pengguna, maka resistensi psikologis yang bersifat tradisional akan meningkat dan mendorong penurunan *continuance intention*. Secara umum, hasil tersebut menegaskan bahwa *traditional barrier* berkorelasi negatif dengan niat keberlanjutan penggunaan, karena semakin kuat hambatan tradisional yang dirasakan, semakin lemah kecenderungan pengguna untuk melanjutkan penggunaan layanan.

Dalam konteks penggunaan layanan digital, kesesuaian inovasi dengan norma, budaya, dan kebiasaan lokal menjadi kunci untuk menurunkan *traditional barrier* dan menjaga *continuance intention*. Ketika layanan mampu diadaptasikan agar selaras dengan praktik tradisional yang sudah akrab di masyarakat, misalnya melalui antarmuka yang menyerupai prosedur lama, dukungan layanan pelanggan yang personal, atau integrasi dengan kanal konvensional, maka tingkat resistensi tradisional akan berkurang dan pengguna akan merasa lebih nyaman untuk terus

menggunakannya (Chen, 2022; Himel, 2021). Eriksson (2021) menekankan bahwa persepsi konsumen terhadap kesesuaian layanan dengan norma dan kebiasaan yang mereka anut akan membentuk pengalaman positif yang berkelanjutan, yang pada gilirannya memperkuat niat jangka panjang untuk tetap menggunakan layanan tersebut. Dengan kata lain, pengabaian terhadap faktor-faktor tradisional dapat memperbesar risiko penurunan *continuance intention*, sedangkan pengelolaan *traditional barrier* secara tepat dapat membantu membangun jembatan antara praktik lama dan inovasi baru, sehingga mendukung keberlangsungan penggunaan layanan dalam jangka panjang. Berdasarkan diskusi teoritis dan temuan empiris tersebut, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Traditional barrier* berpengaruh negatif terhadap *continuance intention*.

2.2.4 Hubungan Antara *Continuance Intention* terhadap *Word of Mouth*

Peneliti terdahulu dalam konteks layanan digital dan platform online telah menggambarkan hubungan erat antara *continuance intention* dan *word of mouth* (Nasir, 2021; Hameed, 2024; Jo, 2023; Nguyen et al., 2024). *Continuance intention* dipahami sebagai niat dan dorongan psikologis konsumen untuk terus menggunakan suatu produk atau layanan setelah pengalaman penggunaan awal yang mereka miliki, yang biasanya didasari oleh kepuasan, kepercayaan, dan nilai yang dirasakan secara berkelanjutan. Di sisi lain, *word of mouth* merujuk pada komunikasi informal antar konsumen yang berisi pertukaran informasi, rekomendasi, maupun pengalaman pribadi terkait suatu produk atau layanan yang disampaikan kepada orang lain, baik secara langsung maupun melalui media

digital. Dalam perspektif ini, *continuance intention* tidak hanya mencerminkan komitmen penggunaan, tetapi juga menjadi fondasi perilaku komunikasi sukarela konsumen yang berpotensi menguntungkan atau merugikan penyedia layanan.

Dalam lingkungan bisnis digital, konsumen yang memiliki *continuance intention* yang tinggi cenderung mempertahankan hubungan jangka panjang dengan suatu produk atau layanan, yang kemudian memicu kecenderungan untuk membagikan pengalaman positif mereka kepada orang lain. Nasir (2021) menunjukkan bahwa niat berkelanjutan untuk tetap menggunakan suatu layanan berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan konsumen melakukan *word of mouth* positif, karena konsumen yang terus menggunakan layanan biasanya merasa lebih yakin atas kualitas dan konsistensi kinerja layanan tersebut. Hameed (2024) juga menemukan bahwa pengguna yang memiliki komitmen kuat untuk melanjutkan penggunaan aplikasi digital menunjukkan frekuensi lebih tinggi dalam memberikan rekomendasi dan ulasan positif, baik kepada lingkungan sosial terdekat maupun melalui platform online. Sejalan dengan itu, Jo (2023) menegaskan bahwa *continuance intention* tidak hanya berdampak pada retensi pengguna, tetapi juga memperluas dampak pemasaran melalui *word of mouth* yang dibangun dari pengalaman penggunaan yang berulang dan stabil.

Secara psikologis, hubungan antara *continuance intention* dan *word of mouth* dapat dijelaskan melalui peran kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas yang terbangun dalam jangka panjang. Nguyen et al. (2022) mengemukakan bahwa ketika konsumen secara konsisten merasakan nilai dan kepuasan dari suatu layanan,

pengalaman positif tersebut akan terakumulasi menjadi keterikatan yang mendorong mereka untuk berperan sebagai pendukung aktif yang secara sukarela membagikan pengalaman serta rekomendasi kepada orang lain. Dalam situasi ini, konsumen bukan hanya sekadar pengguna, tetapi juga bertindak sebagai agen promosi informal yang membantu membentuk citra dan reputasi layanan di mata calon pengguna. Sebaliknya, ketika *continuance intention* rendah karena ketidakpuasan atau ketidaksesuaian harapan, konsumen cenderung tidak terlibat dalam *word of mouth* positif dan bahkan berpotensi menyebarkan pengalaman negatif yang dapat merusak persepsi publik terhadap layanan. Dengan demikian, keberlanjutan niat penggunaan berfungsi sebagai pemicu penting munculnya *word of mouth* yang konstruktif maupun destruktif di pasar.

Komitmen konsumen untuk terus menggunakan suatu layanan, yang tercermin dalam *continuance intention*, pada akhirnya mengarah pada terciptanya hubungan bermakna yang konsisten antara konsumen dan penyedia layanan. Hubungan ini tidak hanya menjaga keterikatan penggunaan, tetapi juga meningkatkan kecenderungan konsumen untuk membagikan pengalaman mereka kepada orang lain melalui *word of mouth*, terutama ketika layanan tersebut secara konsisten memenuhi atau melampaui ekspektasi mereka (Nasir, 2021; Nguyen et al., 2022). Dengan kata lain, *continuance intention* yang kuat akan memperbesar peluang munculnya *word of mouth* positif, sedangkan *continuance intention* yang lemah cenderung mengurangi intensitas dan kualitas rekomendasi yang diberikan konsumen. Berdasarkan diskusi teoritis dan temuan empiris tersebut, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4: *Continuance intention* berpengaruh positif terhadap *word of mouth*.

2.2.5 Hubungan Antara Continuance Intention terhadap Intention to Recommend

Beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan adanya hubungan positif antara *continuance intention* dan *intention to recommend* dalam berbagai konteks layanan digital maupun jasa berbasis teknologi (Octavius, 2021; Barata, 2021; Ferreira, 2023; Gupta et al., 2021). *Continuance intention* dipahami sebagai niat berkelanjutan yang mencerminkan komitmen pengguna untuk terus menggunakan suatu produk atau layanan dalam jangka panjang setelah melewati tahap penggunaan awal. Niat ini biasanya terbentuk ketika pengguna merasa puas, merasakan manfaat yang konsisten, serta memiliki kepercayaan terhadap kualitas layanan. Di sisi lain, *intention to recommend* merujuk pada kecenderungan dan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan suatu produk atau layanan kepada orang lain, baik melalui percakapan langsung maupun melalui saluran digital. Dalam perspektif pemasaran relasional, *continuance intention* tidak hanya terkait dengan retensi pengguna, tetapi juga menjadi sumber penting perilaku advokasi pelanggan yang tercermin dalam kesediaan mereka untuk memberikan rekomendasi positif.

Secara empiris, hubungan antara *continuance intention* dan *intention to recommend* telah diinvestigasi dalam berbagai konteks. Octavius (2021) menemukan bahwa pengguna yang memiliki keinginan kuat untuk terus menggunakan suatu layanan cenderung menunjukkan kesediaan yang lebih tinggi

untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini disebabkan oleh akumulasi pengalaman positif yang mereka rasakan selama menggunakan layanan tersebut, sehingga mendorong mereka untuk berbagi rekomendasi sebagai bentuk dukungan. Barata (2021) juga melaporkan bahwa *continuance intention* berperan sebagai determinan penting dari *willingness to recommend*, terutama ketika pengguna merasa yakin bahwa layanan tersebut mampu memberikan nilai yang stabil dari waktu ke waktu. Selanjutnya, penelitian Ferreira (2023) menguatkan temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa niat berkelanjutan pengguna untuk tetap menggunakan suatu platform layanan digital berkontribusi secara signifikan terhadap kecenderungan mereka untuk mendorong orang lain agar juga menggunakan layanan yang sama. Temuan temuan ini menegaskan bahwa semakin kuat *continuance intention*, semakin besar pula kemungkinan pengguna bertindak sebagai duta informal yang mempromosikan layanan melalui rekomendasi pribadi.

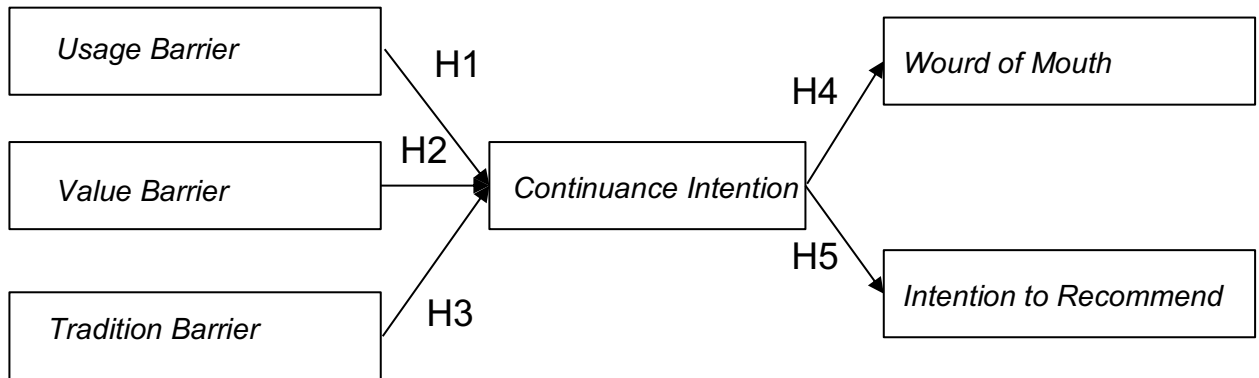
Dari sudut pandang psikologis dan perilaku konsumen, hubungan antara *continuance intention* dan *intention to recommend* dapat dijelaskan melalui peran kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas yang terbentuk dalam jangka panjang. Gupta et al. (2020) menyatakan bahwa ketika konsumen secara konsisten merasakan kepuasan dan manfaat dari suatu layanan, hal tersebut membentuk pengalaman positif yang berkelanjutan, yang tidak hanya memperkuat niat untuk tetap menggunakan, tetapi juga meningkatkan kecenderungan untuk membagikan pengalaman tersebut kepada orang lain dalam bentuk rekomendasi. Pengguna yang merasa aman, puas, dan mendapatkan nilai yang sepadan dengan pengorbanan yang dikeluarkan akan lebih terdorong untuk mengajak orang lain ikut memanfaatkan

layanan tersebut, baik karena dorongan altruistik untuk membantu orang di sekitarnya, maupun karena keinginan untuk mengafirmasi keputusan penggunaan yang mereka ambil. Sebaliknya, ketika *continuance intention* rendah akibat ketidakpuasan atau ketidaksesuaian harapan, maka pengguna cenderung tidak termotivasi untuk memberikan rekomendasi positif, bahkan dapat menyarankan pihak lain untuk menghindari layanan tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *continuance intention* memainkan peran sentral dalam membentuk *intention to recommend*. Niat berkelanjutan untuk terus menggunakan layanan memperkuat keterikatan emosional dan kognitif pengguna terhadap layanan tersebut, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk berperan sebagai agen rekomendasi yang mampu memperluas jangkauan pengaruh layanan di pasar. Berdasarkan diskusi teoritis dan temuan empiris tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H5: *Continuance intention* berpengaruh positif terhadap *intention to recommend*.

2.3. Model Penelitian

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



Sumber: di adaptasi dari (Talwar et al (2020); Kaur et al (2020); Ray et al (2022);

Migliore et al (2022)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Tema penelitian pada tesis ini adalah perilaku pasca adopsi pengguna dalam layanan publik digital, dengan fokus pada pengaruh *innovation resistance theory* (IRT) terhadap *word of mouth* (WOM) dan niat merekomendasikan, dengan niat melanjutkan penggunaan (*continuance intention*) sebagai variabel mediasi pada pengguna aplikasi Mobile JKN. Penelitian ini menggunakan desain studi hubungan kausal (*causal explanatory study*) untuk mengkaji hubungan sebab akibat antar variabel melalui pengujian hipotesis yang disusun berdasarkan kerangka teori resistensi inovasi dan perilaku pasca adopsi layanan digital.

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh resistensi inovasi terhadap *word of mouth* dan niat merekomendasikan dengan niat melanjutkan penggunaan sebagai variabel mediasi pada pengguna aplikasi Mobile JKN. Oleh karena itu, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang menggunakan atau pernah menggunakan aplikasi Mobile JKN, dalam bentuk dan versi apa pun, untuk mengakses layanan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di Negara Republik Indonesia.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah individu yang pernah memanfaatkan aplikasi Mobile JKN, baik secara aktif maupun sesekali, untuk

berbagai keperluan terkait layanan JKN, seperti pengecekan kepesertaan, pembayaran iuran, maupun layanan administratif lainnya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik convenience sampling, yaitu teknik pemilihan responden berdasarkan kemudahan akses dan kesediaan mereka untuk berpartisipasi dalam penelitian (Sekaran dan Bougie, 2016; Etikan, Musa, dan Alkassim, 2016). Dengan demikian, seluruh individu yang memenuhi kriteria, yaitu pernah menggunakan aplikasi Mobile JKN untuk mendukung akses layanan JKN, berpotensi menjadi responden dalam penelitian ini. Metode ini dipilih agar peneliti dapat memperoleh data dari responden yang benar benar memiliki pengalaman langsung menggunakan Mobile JKN sehingga hasil penelitian diharapkan relevan dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan Google Form. Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup yang mengukur persepsi responden terhadap resistensi inovasi, niat melanjutkan penggunaan, *word of mouth*, dan niat merekomendasikan Mobile JKN. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online tanpa batasan wilayah geografis, dengan memanfaatkan berbagai media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan platform komunikasi digital lainnya sehingga memungkinkan partisipasi responden dari berbagai daerah di Indonesia.

Lokasi penelitian ini secara konseptual adalah Indonesia secara keseluruhan tanpa pembatasan wilayah administrasi tertentu. Hal ini sejalan dengan karakteristik Mobile JKN sebagai aplikasi layanan publik digital yang diimplementasikan secara nasional oleh BPJS Kesehatan, serta dengan fakta bahwa pengumpulan data dilakukan secara daring sehingga tidak bergantung pada lokasi fisik responden. Konteks Indonesia juga relevan mengingat masih terdapat kesenjangan antara jumlah peserta JKN dan jumlah pengguna aktif Mobile JKN, serta adanya potensi terbentuknya word of mouth positif maupun negatif yang berpengaruh terhadap keberlanjutan adopsi layanan digital ini.

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri atas tiga kelompok. Pertama, variabel bebas, yaitu resistensi inovasi berdasarkan *innovation resistance theory* (IRT) yang mencakup hambatan fungsional dan hambatan psikologis. Kedua, variabel mediasi, yaitu niat melanjutkan penggunaan (*continuance intention*) terhadap Mobile JKN. Ketiga, variabel terikat, yaitu *word of mouth* (WOM) dan niat merekomendasikan (*intention to recommend*) Mobile JKN kepada orang lain.

Seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert enam poin. Skala ini merupakan skala psikometrik yang lazim digunakan untuk mengakumulasi tanggapan responden pada berbagai tingkat persetujuan terhadap pernyataan tertentu (Kandasamy et al., 2020). Penggunaan enam poin dimaksudkan untuk mengurangi bias jawaban netral dan mendorong responden untuk memberikan kecenderungan sikap yang lebih jelas, sejalan dengan rekomendasi Taherdoost (2019) yang menyatakan bahwa skala enam poin tepat digunakan ketika peneliti

ingin mengarahkan responden pada salah satu sisi respon. Enam point skala likert yang dapat dilihat pada **Tabel 3.1** berikut.

Tabel 3.1 Poin Skala Likert

No	Deskripsi Skala	Poin
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Agak Tidak Setuju (ATS)	3
4	Agak Setuju (AS)	4
5	Setuju (S)	5
6	Sangat Setuju (SS)	6

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Babin & Zikmund (2016), populasi merupakan keseluruhan entitas atau kelompok yang memiliki seperangkat karakteristik tertentu yang relatif serupa satu sama lain. Sekaran & Bougie (2016) juga mendefinisikan populasi sebagai

keseluruhan elemen, baik berupa individu, peristiwa, maupun objek lain, yang menjadi perhatian peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu di Indonesia yang menggunakan atau pernah menggunakan aplikasi Mobile JKN untuk mengakses layanan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) dalam berbagai bentuk dan versinya.

Selanjutnya, sampel penelitian merupakan bagian dari populasi yang diambil dan diukur untuk merepresentasikan karakteristik populasi secara keseluruhan (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam konteks penelitian ini, sampel adalah individu yang pernah memanfaatkan aplikasi Mobile JKN, baik secara aktif maupun sesekali, untuk berbagai keperluan terkait layanan JKN, seperti pengecekan kepesertaan, pembayaran iuran, maupun penggunaan layanan administratif lainnya. Dengan demikian, sampel penelitian ini adalah pengguna aplikasi Mobile JKN yang memenuhi kriteria berikut: (a) warga negara Indonesia, (b) pernah menggunakan aplikasi Mobile JKN untuk mendukung akses layanan JKN, dan (c) bersedia menjadi responden dengan mengisi kuesioner penelitian.

Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode non probability sampling melalui teknik *convenience sampling*. *Convenience sampling* adalah teknik pemilihan responden berdasarkan kemudahan akses dan ketersediaan subjek yang bersedia berpartisipasi, sehingga peneliti dapat mengumpulkan data dengan cara yang praktis, cepat, dan efisien (Sekaran & Bougie, 2016; Etikan, Musa, & Alkassim, 2016). Teknik ini dipilih agar peneliti dapat menjangkau responden yang benar benar memiliki pengalaman langsung menggunakan Mobile

JKN, sehingga diharapkan data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian terkait perilaku pasca adopsi pengguna.

Penelitian ini nantinya akan dianalisis menggunakan Structural Equation Model (SEM). Menurut teori Hair et al. (2019), penentuan jumlah sampel yang diterima untuk analisis SEM berkisar antara 100 hingga 200 responden yang disinkronkan dengan jumlah indikator pertanyaan yang diajukan. Dalam hal ini, perhitungan jumlah sampel didasarkan pada jumlah indikator ditambah dengan jumlah variabel laten, kemudian dikalikan dengan lima untuk mencapai target minimum sampel dan dikalikan dengan sepuluh untuk mencapai target maksimal sampel yang dapat diperoleh. Dengan demikian, jumlah responden yang dapat diperoleh berkisar $5a \leq x \leq 10a$ dengan a merupakan jumlah indikator ditambah dengan jumlah variabel laten penelitian ini dan x merupakan jumlah responden.

Penelitian ini memiliki 16 indikator pertanyaan dan 6 variabel laten ($a=22$), maka target responden yang dapat diterima sebagai sampel penelitian adalah sebagai berikut.

$$5a \leq x \leq 10a \approx 5 \times 22 \leq x \leq 10 \times 22 \approx 110 \leq x \leq 220$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka penelitian ini harus memperoleh responden minimal 110 responden dan target maksimal 220 responden (Hair et al., 2019).

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdapat enam variabel bebas (*Independent variables*) yaitu, *usage barrier* (UB), *value barrier* (VB), *traditional barrier* (TB), *continuance intention* (CI), *word of mouth* (WOM), *intention to recommend* (ITR). Pada penyusunan dimensi variabel diperlukan untuk mempermudah teknik pengukuran serta memudahkan proses pengumpulan data lapangan, definisi operasional dari setiap variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.3.1 Usage Barrier

Menurut Nell & Boshoff (2021) *usage barrier* adalah hambatan yang muncul ketika suatu inovasi tidak kompatibel dengan alur kerja, praktik, atau kebiasaan yang sudah dimiliki konsumen, yang disebabkan oleh rendahnya persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*low perceived usability*) dari inovasi tersebut. Variabel *usage barrier* dalam penelitian ini diukur menggunakan tiga indikator pertanyaan yang diadaptasi dari dari kaur et al., (2020) dapat dilihat pada **Tabel 3.2** berikut.

Tabel 3.2 Indikator Usage Barrier

No	Indikator Pertanyaan <i>Usage Barrier</i>
UB 1	Menurut saya aplikasi mobile JKN sulit digunakan
UB 2	Menurut saya aplikasi mobile JKN membingungkan

UB 3	Menurut saya aplikasi mobile JKN tidak berfungsi dengan baik
------	--

Sumber : diadaptasi dari kaur et al., (2020)

3.3.2 Value Barrier

Berdasarkan penelitian Talwar et al. (2021), *value barrier* merupakan persepsi pengguna mengenai ketidakseimbangan antara manfaat yang diperoleh dengan usaha, waktu, biaya, atau perubahan perilaku yang harus dilakukan saat menggunakan suatu inovasi. Dalam konteks layanan digital, hambatan ini muncul ketika pengguna merasa bahwa inovasi tidak memberikan nilai tambah yang lebih baik dibandingkan metode atau layanan yang sudah mereka gunakan sebelumnya. *Value barrier* dapat terlihat ketika pengguna menilai bahwa penggunaan aplikasi justru lebih rumit, kurang efisien, atau tidak memberikan pengalaman yang lebih baik daripada layanan konvensional. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi *value barrier* yang dirasakan, maka semakin rendah kecenderungan pengguna untuk menerima atau terus menggunakan layanan digital, karena mereka tidak melihat adanya keuntungan yang jelas dari melakukan perubahan perilaku. Variabel *value barrier* dalam penelitian ini diukur menggunakan dua indikator pertanyaan diadaptasi dari Ray et al., (2022) dapat dilihat pada **Tabel 3.3** berikut.

Tabel 3.3 Indikator *Value Barrier*

No	Indikator Pertanyaan <i>Value Barrier</i>
VB 1	Menurut saya aplikasi mobile JKN tidak memberikan manfaat yang saya cari
VB 2	Menurut saya aplikasi mobile JKN tidak memberikan kualitas pelayanan yang baik

Sumber : diadaptasi dari Ray et al., (2022)

3.3.3 Traditional Barrier

Berdasarkan penelitian Chen et al. (2022), *tradition barrier* merupakan hambatan yang muncul ketika suatu inovasi dianggap tidak selaras dengan kebiasaan, nilai, atau pola perilaku yang telah mengakar dalam kehidupan pengguna. Dalam konteks penggunaan layanan digital, hambatan ini terjadi ketika individu merasa lebih nyaman menggunakan cara lama yang sudah familiar dibandingkan harus beradaptasi dengan sistem baru. Pengguna Mobile JKN di Indonesia cenderung merasa lebih nyaman dengan pelayanan konvensional karena telah terbiasa dengan cara-cara lama dalam mengurus layanan kesehatan. Kondisi ini mencerminkan adanya *tradition barrier*, yang terlihat pada kelompok pengguna yang lebih memilih layanan tatap muka dan memandang proses konvensional tersebut sebagai sesuatu yang lebih meyakinkan, aman, serta sesuai dengan kebiasaan yang telah berlangsung lama. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin kuat keterikatan

pengguna terhadap kebiasaan lama, semakin tinggi tingkat resistensi terhadap penggunaan inovasi baru, sehingga mereka cenderung menolak atau enggan beralih ke layanan digital meskipun inovasi tersebut menawarkan kemudahan dan efisiensi. Variabel *tradition barrier* dalam penelitian ini diukur menggunakan tiga indikator pertanyaan yang diadaptasi dari Kaur et al (2020) dapat dilihat pada **Tabel 3.4** berikut.

Tabel 3.4 Indikator *Traditional Barrier*

No	Indikator Pertanyaan <i>Traditional Barrier</i>
TB 1	Saya mengalami kesulitan dalam menghubungi layanan pelanggan mobile JKN
TB 2	Saya merasa kesulitan mendapatkan informasi cara penggunaan fitur dalam aplikasi mobile JKN
TB 3	Saya merasa penyedia layanan mobile JKN tidak menyelesaikan masalah dengan baik

Sumber : diadaptasi dari Kaur et al (2020)

3.3.4 Continuance Intention

Bergman & Macada (2023), *continuance intention* menggambarkan keadaan psikologis pengguna yang menunjukkan komitmen untuk terus menggunakan suatu teknologi atau layanan setelah pengalaman penggunaan awal. Konsep ini sering disamakan dengan kesediaan pengguna mempertahankan perilaku penggunaan

karena mereka merasa memperoleh manfaat, kemudahan, serta kepercayaan terhadap layanan tersebut. Selain itu, *continuance intention* juga dapat digunakan sebagai indikator dalam mengevaluasi keberhasilan penerapan sebuah layanan digital, karena tingkat niat penggunaan berkelanjutan dapat membantu penyedia layanan menentukan apakah sistem layak untuk terus dikembangkan, ditingkatkan, atau disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Variabel *continuance intention* dalam penelitian ini diukur menggunakan tiga indikator pertanyaan diadaptasi dari Pham et al., (2024) dapat dilihat pada **Tabel 3.5** berikut.

Tabel 3.5 Indikator *Continuance Intention*

No	Indikator Pertanyaan <i>Continuance Intention</i>
CI 1	Saya berniat untuk terus menggunakan layanan mobile JKN di masa depan
CI 2	Menggunakan layanan mobile JKN sudah menjadi bagian dari rutinitas saya sehari-hari
CI 3	Saya bersedia merekomendasikan layanan mobile JKN kepada teman dan keluarga

Sumber : diadaptasi dari Pham et al., (2024)

3.3.5 Word of Mouth

Berdasarkan penelitian Donthu et al. (2021), *word of mouth* merupakan bentuk ekspresi yang muncul melalui komunikasi informal antar konsumen mengenai pengalaman, pendapat, atau rekomendasi terkait suatu produk, layanan, atau merek. Dalam konteks pelayanan, WOM mencerminkan bagaimana konsumen menilai dan merespons kualitas layanan yang mereka terima, sehingga pengalaman baik akan cenderung memunculkan rekomendasi positif, sedangkan pengalaman buruk dapat menimbulkan penyebaran kesan negatif. WOM tidak hanya terjadi secara lisan, tetapi juga melalui media digital seperti media sosial, forum online, platform ulasan, atau aplikasi pesan. Dengan demikian, *word of mouth* dapat dipahami sebagai penilaian dan sikap konsumen yang diungkapkan melalui komunikasi kepada orang lain, yang pada akhirnya mampu mempengaruhi persepsi dan keputusan pihak lain terhadap suatu layanan atau sistem. Variabel *word of mouth* dalam penelitian ini diukur menggunakan dua indikator pertanyaan yang diadaptasi dari Viralta et al., (2023) dapat dilihat pada **Tabel 3.6** berikut.

Tabel 3.6 Indikator *Word of Mouth*

No	Indikator Pertanyaan <i>Word of Mouth</i>
WoM 1	Saya akan mendorong orang lain untuk menggunakan

	layanan mobile JKN
WoM 2	Saya merasa puas sehingga ingin menyebarkan opini positif tentang layanan mobile JKN

Sumber : diadaptasi dari Viralta et al., (2023)

3.3.6 Intention to Recommend

Menurut Wang et al., (2023) *intention to recommend* adalah Kesediaan dan niat seorang konsumen untuk mempromosikan atau merekomendasikan suatu produk, layanan, atau merek kepada orang lain, yang mencerminkan pengakuan dan apresiasi terhadap pengalaman yang diperoleh, serta menjadi indikator positif dalam membandingkan pilihan yang tersedia di pasar. Variabel *intention to recommend* dalam penelitian ini diukur menggunakan tiga indikator pertanyaan diadaptasi dari Gupta et al., (2020) dapat dilihat pada **Tabel 3.7** berikut.

Tabel 3.7 Indikator *Intention to Recommend*

No	Indikator Pertanyaan <i>Intention to Recommend</i>
ItR 1	Saya merasa puas sehingga berniat membagikan hal-hal baik mengenai layanan mobile JKN
ItR 2	Saya ingin orang lain juga mencoba layanan mobile JKN

	karena percaya pada pelayanannya
ItR 3	Saya berniat menyarankan orang lain untuk terus menggunakan layanan mobile JKN dalam jangka panjang

Sumber : diadaptasi dari Gupta et al., (2020)

3.4 Pilot Test

Salah satu masalah yang muncul dalam penelitian dengan menggunakan kuesioner adalah mungkin responden masih salah dalam memahami item pertanyaan yang diberikan, oleh karena itu, tahap pra pengujian atau biasa disebut pilot test menjadi tahapan penting untuk memastikan bahwa dapat dipahami dengan jelas oleh responden. Pra pengujian bertujuan untuk memvalidasi keandalan, kejelasan dan validitas konstruk kuesioner (Chau et al., 2025), yang memastikan bahwa item-item kuesioner secara akurat yang menangkap konstruksi yang diteliti (Li et al., 2024). Dan mengidentifikasi area perbaikan dalam kuesioner. Dalam penelitian ini pada pra pengujian dilakukan sebelum kuesioner yang disebar secara luas kepada responden utama sebanyak 50 responden yang menggunakan aplikasi mobile JKN di Negara Republik Indonesia, Data dari pra pengujian yang akan dianalisis

menggunakan SPSS 30.0 untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian.

Uji dilakukan untuk memastikan setiap indikator benar-benar sesuai dengan variabel yang diukur, sedangkan uji reliabilitas yang dilakukan untuk memastikan setiap indikator yang memberikan hasil konsisten yang menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Dan selanjutnya, pada data utama penelitian yang akan dianalisis menggunakan Smart PLS dengan pendekatan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS SEM). Pada analisis ini mencakup pengujian model pengukuran (*outer model*) untuk memastikan indikator mempresentasikan variabel dengan baik. Serta pengujian menggunakan model struktural (*inner model*) untuk melihat hubungan antar variabel yang sesuai hipotesis penelitian.

3.4.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah proses untuk melihat bahwa alat ukur yang digunakan pada penelitian secara akurat mengukur konsep yang dituju (Chau et al,2025). Pada uji validitas pada penelitian yang menggunakan program SPSS. Indikator dinyatakan valid apabila nilai r -hitung $> r$ -tabel, atau jika pada tingkat signifikansinya rendah dibawah 0,05 (5%). Berikut **Tabel 3.8** merupakan hasil uji validitas berdasarkan data dari 50 responden:

Tabel 3.8 Uji Validitas Pilot Studi 50 Sample

Item Pertanyaan	R Hitung	R Table $\alpha = 0,05$	Keterangan
<i>Usage Barrier</i>			
UB 1	0,886**	0,279	VALID
UB 2	0,894**	0,279	VALID
UB 3	0,941**	0,279	VALID
<i>Value Barrier</i>			
VB 1	0,838**	0,279	VALID
VB 2	0,818**	0,279	VALID
<i>Traditional Barrier</i>			
TB 1	0,886**	0,279	VALID
TB 2	0,894**	0,279	VALID
TB 3	0,941**	0,279	VALID
<i>Continuance Intention</i>			
CI 1	0,886**	0,279	VALID

CI 2	0,894**	0,279	VALID
CI 3	0,941**	0,279	VALID
<i>Word of Mouth</i>			
WoF 1	0,847**	0,279	VALID
WoF 2	0,838**	0,279	VALID
<i>Intention to Recommend</i>			
ItR 1	0,818**	0,279	VALID
ItR 2	0,803**	0,279	VALID
ItR 3	0,862**	0,279	VALID

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, seluruh item pertanyaan memiliki nilai r -hitung $>$ r -tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan untuk penelitian.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan proses pada penilaian sejauh mana satu sama lain konsisten dan stabil, yang dapat menghasilkan hasil yang sama dalam kondisi yang sama atau berulang (Kim et al., 2025). Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan program SPSS. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh sebesar 0,60 atau lebih yang memiliki konsistensi

antar item yang baik. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* berkisar antara 0,60-0,70 masih dapat diterima, terutama dalam penelitian yang bersifat eksploratif. Namun, apabila nilainya $< 0,60$, maka instrument dianggap memiliki reliabilitas rendah dan perlu diubah. Berikut **Tabel 3.9** merupakan hasil uji reliabilitas berdasarkan data dari 50 responden :

Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Pilot Test studi 50 sampel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
UB	0,915	0,6	RELIABEL
VB	0,832	0,6	RELIABEL
TB	0,915	0,6	RELIABEL
CI	0,915	0,6	RELIABEL
WoF	0,833	0,6	RELIABEL
ItR	0,837	0,6	RELIABEL

Hasil uji reliabilitas yang ditunjukkan pada **Tabel 3.9** menyatakan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari taraf signifikansi 0,6. Oleh karena itu, masing-masing variabel dapat dinyatakan reliabel dan tentu bisa digunakan dalam penelitian ini

3.5 Metode Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yang dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu analisis deskriptif dan analisis statistik. Kedua Teknik ini digunakan untuk menggambarkan karakteristik dari data yang sudah melalui pengujian data hubungan antarvariabel dengan hipotesis penelitian. Berikut merupakan tahapan analisis data sebagai berikut:

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut Hair et al. (2021), analisis deskriptif merupakan tahapan untuk merangkum serta menggambarkan karakteristik data secara objektif dan terstruktur. Tujuan utamanya adalah memberikan gambaran umum mengenai data yang diperoleh, seperti distribusi frekuensi, ukuran pemusatan data (mean dan median), ukuran penyebaran (standar deviasi dan varians), serta pola distribusinya. Analisis ini membantu peneliti memahami data secara menyeluruh sebelum melanjutkan ke analisis inferensial atau pengujian hipotesis.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menampilkan karakteristik responden serta pola jawaban mereka terhadap setiap variabel penelitian. Analisis ini memberikan profil responden berdasarkan nama, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, penghasilan per bulan, dan domisili. Selain itu, analisis juga dilakukan terhadap indikator-indikator dalam variabel penelitian, yaitu *usage Barrier* (UB), *value barrier* (VB), *traditional barrier* (TB), *continuance intention* (CI), *word of mouth* (WOM), dan *intention to recommend* (ITR). Dengan

demikian, analisis deskriptif memberikan gambaran awal yang jelas mengenai kondisi data sebelum dilakukan pengolahan lebih lanjut menggunakan metode statistik lanjutan.

3.5.2 Analisis Statistik

Analisis statistik merupakan proses penerapan berbagai metode dan teknik statistik untuk mengumpulkan, mengolah, menafsirkan, dan menyajikan data dengan tujuan memahami pola, hubungan, serta kecenderungan yang muncul, sehingga dapat mendukung proses penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan (Hair et al., 2021). Pada penelitian ini, analisis dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS. PLS-SEM merupakan pendekatan statistik yang digunakan untuk menguji dan memperkirakan hubungan antar variabel atau konstruk dalam suatu model penelitian. Metode ini dinilai relevan untuk penelitian yang bersifat prediktif, eksploratif, atau berada pada tahap pengembangan teori, serta tidak menuntut pemenuhan asumsi statistik yang ketat (Hair et al., 2021).

Dalam PLS-SEM, proses evaluasi mencakup pemeriksaan reliabilitas dan validitas indikator sambil mempertimbangkan kemungkinan kesalahan pengukuran agar hasil analisis dapat diandalkan. Pengujian model dalam PLS-SEM mencakup dua komponen utama, yaitu *outer model* (model pengukuran) dan *inner model* (model struktural). *Outer model* menjelaskan hubungan antara indikator dan konstruk yang

diwakilinya, baik dalam bentuk reflektif maupun formatif. Sementara itu, *inner model* menjelaskan hubungan antarkonstruk, yaitu bagaimana satu konstruk berpengaruh terhadap konstruk lainnya.

3.5.2.1 Model pengukuran atau Outer Model

Menurut Hair et al. (2021), *outer model* atau model pengukuran dalam PLS-SEM digunakan untuk menjelaskan hubungan antara indikator dengan konstruk yang diukur. Indikator dalam hal ini merupakan item-item pernyataan pada kuesioner yang merepresentasikan konsep penelitian yang sifatnya abstrak. Model pengukuran memastikan bahwa setiap indikator benar-benar mampu mencerminkan atau membentuk konstruk secara tepat, baik pada model reflektif, di mana indikator menjadi cerminan konstruk, maupun pada model formatif, di mana indikator berperan sebagai pembentuk konstruk. Selanjutnya, evaluasi model pengukuran dilakukan melalui dua tahapan utama, yaitu pengujian validitas dan reliabilitas, yang akan dijelaskan pada bagian berikutnya, yaitu:

a). Uji Reliabilitas

Menurut Hair et al. (2021), uji reliabilitas bertujuan untuk menilai tingkat konsistensi suatu instrumen dalam mengukur variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, reliabilitas dievaluasi melalui konsistensi internal yang ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$. Selain itu, Hair et al. (2022)

menyatakan bahwa nilai *Composite Reliability* (CR) $\geq 0,60$ juga dapat diterima, meskipun semakin tinggi nilai CR menunjukkan konsistensi instrumen yang lebih baik. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan nilai batas minimal reliabilitas sebesar 0,60 untuk kedua indikator tersebut.

b). Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat instrumen penelitian yang benar-benar mampu untuk mengukur konstruk yang dimaksud. Dalam PLS-SEM, validitas memastikan bahwa indikator yang dipakai memang relevan dan tepat dalam konstruk, sehingga dalam hasil analisis bisa dipercaya yaitu disebut validitas konvergen dan validitas diskriminan yang dijelaskan di bawah ini:

1). Uji Validitas Konvergen

Menurut Hair et al. (2022), uji validitas konvergen bertujuan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator yang menyusun suatu konstruk mampu menjelaskan varians konstruk tersebut secara konsisten. Dengan kata lain, indikator-indikator tersebut diharapkan memiliki keseragaman makna dalam merepresentasikan konstruk yang sama (Hair et al., 2019). Pengujian validitas konvergen dilakukan melalui penilaian nilai *factor loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Hair et al. (2019) menyatakan bahwa indikator dengan *factor loading* $\geq 0,50$ sudah dapat dianggap layak secara praktis, sedangkan nilai $\geq 0,60$ menunjukkan kualitas pengukuran yang lebih baik. Oleh sebab itu, penelitian ini menetapkan batas minimal *factor loading* sebesar 0,50 sebagai kriteria penerimaan indikator. Selanjutnya, nilai AVE dihitung berdasarkan rata-rata kuadrat *factor loading* pada

setiap konstruk. Mengacu pada Fornell dan Larcker (1981) serta Hair et al. (2019), nilai AVE dinilai memenuhi validitas konvergen apabila $\geq 0,50$. Apabila nilai AVE berada di bawah ambang tersebut, maka indikator dianggap tidak valid karena lebih banyak mengandung kesalahan dibandingkan varians yang mampu dijelaskan oleh konstruk.

2). Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model benar-benar memiliki karakteristik yang berbeda dan tidak saling tumpang tindih. Menurut Fornell dan Larcker (1981) serta Hair et al. (2022), validitas diskriminan dinyatakan terpenuhi apabila nilai akar kuadrat AVE pada suatu konstruk lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain. Selain itu, pengujian juga dilakukan menggunakan metode *Heterotrait–Monotrait Ratio* (HTMT), yang dinilai lebih peka dalam mendeteksi masalah validitas diskriminan dibandingkan kriteria Fornell-Larcker maupun *cross-loading*. Pendekatan *cross-loading* sendiri cenderung kurang efektif, kecuali pada kondisi distribusi loading yang sangat beragam dan ukuran sampel yang besar. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan uji HTMT untuk melengkapi hasil evaluasi validitas diskriminan. Dalam uji HTMT, nilai rasio yang semakin tinggi menunjukkan meningkatnya potensi terjadinya masalah diskriminan. Hair et al. (2022) merekomendasikan bahwa nilai HTMT harus berada di bawah 0,85 agar konstruk yang berbeda dapat dianggap valid secara konseptual. Dengan demikian, apabila seluruh nilai HTMT

dalam model ini $< 0,85$, maka instrumen pengukuran dapat dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang memadai.

3.5.2.2 Model Struktural atau *Inner Model*

a. Uji Kolinearitas

Menurut Hair et al. (2022), uji kolinearitas dilakukan untuk memastikan bahwa antar variabel prediktor dalam model struktural tidak terdapat hubungan yang terlalu tinggi atau saling tumpang tindih. Kolinearitas yang berlebihan dapat mengakibatkan bias pada estimasi koefisien jalur (*path coefficient*) maupun nilai *standard error*, sehingga dapat menurunkan akurasi serta keandalan hasil analisis. Untuk mengidentifikasi potensi kolinearitas, digunakan indikator *Variance Inflation Factor* (VIF) pada setiap variabel prediktor. Nilai VIF yang tinggi menunjukkan adanya masalah multikolinearitas yang serius. Berdasarkan pedoman Hair et al. (2022), model dianggap bebas dari kolinearitas apabila nilai $VIF \leq 5$. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan batas tersebut sebagai acuan dalam mengevaluasi ada atau tidaknya kolinearitas antar konstruk, sebagaimana ditunjukkan pada **Tabel 3.10** berikut.

Tabel 3.10. Kriteria Kolinearitas

Nilai VIF	Keterangan
$VIF \geq 5$	Kemungkinan ada masalah kolinearitas serius

$3 \leq \text{VIF} \leq 5$	Masalah kolinearitas yang tidak terlalu serius
$\text{VIF} < 3$	Masalah kolinearitas tidak menjadi masalah serius

b. Uji Koefisien Jalur (*Path Coefficient*)

Menurut Hair et al. (2022), analisis koefisien jalur (*path coefficient*) digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh konstruk prediktor atau variabel independen terhadap konstruk respon atau variabel dependen dalam model struktural. Koefisien jalur yang dilambangkan dengan β menggambarkan arah dan kekuatan hubungan antar variabel, dengan rentang nilai antara -1 hingga +1. Nilai β yang semakin mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat, yang berarti peningkatan pada variabel independen akan diikuti oleh peningkatan pada variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai β mendekati -1, maka hubungan yang terbentuk bersifat negatif, di mana kenaikan pada variabel independen akan berpengaruh pada penurunan variabel dependen.

c. Uji koefisien Determinasi (Coefficient Determination /R-Square)

Menurut Hair et al. (2022), uji koefisien determinasi (R-square) digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar variabel endogen atau dependen dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel eksogen atau independen dalam model struktural. Nilai R-square mencerminkan daya prediktif model, di mana semakin banyak konstruk prediktor yang berpengaruh dan relevan, maka nilai R-square akan

semakin tinggi, menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan variabel dependen dengan lebih baik. Pada penelitian ini, interpretasi nilai R-square mengacu pada kriteria yang dikemukakan oleh Chin (1998), yang memberikan pedoman mengenai tingkat kekuatan kemampuan prediktif model seperti ditampilkan pada **Tabel 3.11** berikut.

Tabel 3.11. Kriteria Uji R- Square Menurut Chin (1998)

Nilai Koefisien Determinasi R^2	Keterangan
$0,19 < R^2 < 0,33$	Lemah
$0,33 < R^2 < 0,67$	Moderat / Sedang
$R^2 > 0,67$	Kuat

d. *Goodness of Fit (Q-Square)*

Goodness of Fit (GoF) dalam pengujian struktural atau yang dikenal sebagai predictive relevance pada penelitian ini diukur menggunakan nilai Q Square untuk melihat kecocokan (fitness) antara model dengan data. Nilai Q Square yang lebih tinggi mengindikasikan bahwa kecocokan model dengan data semakin baik. Uji Q Square dilakukan dengan memanfaatkan fitur *PLS Predict* pada aplikasi SmartPLS. Hair et al. (2019) menyatakan bahwa suatu konstruk endogen dikatakan memiliki relevansi prediktif apabila nilai Q^2 lebih besar dari atau sama dengan nol ($Q^2 \geq 0$).

Dengan demikian, dalam penelitian ini konstruk endogen dianggap memiliki relevansi prediktif apabila memenuhi kriteria nilai $Q^2 \geq 0$.

3.5.2.3 Pengujian Hipotesis

Menurut Hair et al. (2022), pengujian hipotesis bertujuan untuk menilai signifikansi hubungan antar konstruk dalam model struktural dengan melihat nilai *p-value* dan *t-statistic*. Suatu hubungan antar variabel dikatakan signifikan apabila *p-value* < 0,05. Selain itu, nilai *t-statistic* juga dievaluasi dengan membandingkannya dengan nilai *t-tabel*. Pada taraf signifikansi 5%, nilai *t-tabel* yang digunakan adalah 1,96. Dengan demikian, hipotesis dapat dinyatakan diterima apabila nilai *t-statistic* $\geq 1,96$, yang mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Secara lebih rinci, keputusan pengujian didasarkan pada dua kondisi utama:

- a). Jika nilai *t-statistic* lebih besar dari *t-tabel* (*t-statistic* > *t-table*), maka variabel prediktor (independen) terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel respon (dependen), sehingga hipotesis alternatif (*H_a*) diterima.
- b). Sebaliknya, jika nilai *t-statistic* lebih kecil dari *t-tabel* (*t-statistic* < *t-table*), maka variabel prediktor tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel respon, sehingga hipotesis nol (*H₀*) tidak dapat ditolak.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan hasil penelitian dari Pengaruh *Innovation Resistance Theory* (IRT) terhadap *Word of Mouth* dan Kesiediaan untuk Merekomendasikan, dengan Kesiediaan Melanjutkan Penggunaan sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Mobile JKN. Penjelasan hasil penelitian dilakukan melalui analisis deskriptif dan analisis statistik PLS-SEM. Unit sampel dalam penelitian ini adalah individu yang pernah memanfaatkan aplikasi Mobile JKN, baik secara aktif maupun sesekali, untuk berbagai keperluan terkait layanan JKN, seperti pengecekan kepesertaan, pembayaran iuran, maupun penggunaan layanan administratif lainnya. Total responden yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebanyak 205 responden. Namun, hanya 200 data saja yang layak untuk dianalisis

lebih lanjut setelah dilakukan penyaringan kesesuaian karakteristik sampel dan redudansi.

4.1 Analisis Deskriptif Profil Responden

Berikut adalah penjelasan hasil analisis data yang diklasifikasikan berdasarkan profil responden yang terlibat dalam penelitian ini, seperti jenis kelamin, domisili responden saat ini, pendidikan terakhir responden, pekerjaan responden, kisaran pendapatan perbulan, usia responden, alasan penggunaan aplikasi mobile JKN, dan frekuensi penggunaan aplikasi mobile JKN per minggu.

4.1.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data sampel yang diperoleh dalam penelitian ini, klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin dijabarkan dalam Tabel.4.1 berikut.

Tabel 4.1 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	89	44,5%

2	Perempuan	111	55,5%
Total		200	100%

Sumber : Data Primer 2026

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan. Total responden perempuan sebanyak 111 orang dengan persentase 55,5% dari keseluruhan responden. Sementara itu, total responden laki-laki sebanyak 89 orang dengan persentase 44,5% dari keseluruhan responden. Dengan demikian, hal ini menunjukkan mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan.

4.1.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili Responden Saat Ini

Berdasarkan data sampel yang diperoleh dalam penelitian ini. Klasifikasi responden berdasarkan domisili responden saat ini dijabarkan dalam **Tabel. 4.2** berikut.

Tabel 4.2 Klasifikasi Responden berdasarkan Domisili Responden Saat Ini

No	Kota Domisili	Jumlah	Presentase
1	Yogyakarta	151	75,5%
2	Bandung	17	8,5%
3	Jakarta	10	5%

4	Surabaya	8	4%
5	Semarang	7	3,5%
6	Medan	2	1%
7	Surakarta	2	1%
8	Magelang	1	0,5%
9	Wonosobo	1	0,5%
10	Purwakarta	1	0,5%
Total		200	100%

Sumber : Data Primer 2026

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berdomisili di Yogyakarta. Total responden yang berasal dari Yogyakarta sebanyak 151 orang dengan persentase sebesar 75,5% dari keseluruhan responden. Sementara itu, responden dari Bandung berjumlah 17 orang (8,5%), Jakarta sebanyak 10 orang (5,0%), Surabaya sebanyak 8 orang (4,0%), dan Semarang sebanyak 7 orang (3,5%). Adapun responden dari kota lain seperti Medan dan Surakarta masing-masing berjumlah 2 orang (1,0%), serta Magelang, Wonosobo, dan Purwakarta masing-masing 1 orang (0,5%). Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berdomisili di Yogyakarta.

4.1.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data sampel yang diperoleh dalam penelitian ini. Klasifikasi responden berdasarkan pendidikan terakhir dijabarkan dalam **Tabel 4.3** berikut.

Tabel 4.3 Klasifikasi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
1	SD atau sederajat	-	
2	SMP atau sederajat	-	
3	SMA atau sederajat	55	27,5%
4	S1 atau Diploma	118	59%
5	S2 atau Master	25	12,5%
6	S3 atau Doktor	2	1%
Total		200	100%

Sumber : Data Primer 2026

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan terakhir S1 atau Diploma. Total responden dengan pendidikan S1 atau Diploma sebanyak 118 orang dengan persentase sebesar 59,0% dari

keseluruhan responden. Selanjutnya, responden dengan pendidikan SMA atau sederajat berjumlah 55 orang (27,5%), disusul oleh responden dengan pendidikan S2 atau Master sebanyak 25 orang (12,5%), dan responden dengan pendidikan S3 atau Doktor sebanyak 2 orang (1,0%). Sementara itu, tidak terdapat responden dengan tingkat pendidikan SD maupun SMP atau sederajat. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh individu dengan latar belakang pendidikan tinggi.

4.1.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

Berdasarkan data sampel yang diperoleh dalam penelitian ini. Klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan responden saat ini dijabarkan dalam **Tabel. 4.4** berikut.

Tabel 4.4 Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Karyawan Swasta	69	34,5%
2	Mahasiswa/Pelajar	35	17,5%

3	Pengusaha	35	17,5%
4	PNS/POLRI/TNI/BUMN	39	19,5%
5	Ibu Rumah Tangga	20	10%
6	Pensiunan	1	0,5%
7	Dokter	1	0,5%
Jumlah		200	100%

Sumber : Data Primer 2026

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berprofesi sebagai karyawan swasta. Jumlah responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 69 orang dengan persentase sebesar 34,5% dari keseluruhan responden. Selanjutnya, responden yang berprofesi sebagai PNS/POLRI/TNI/BUMN berjumlah 39 orang (19,5%), diikuti oleh mahasiswa/pelajar dan pengusaha yang masing-masing berjumlah 35 orang (17,5%). Responden dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga berjumlah 20 orang (10,0%), sedangkan responden dengan status pensiunan dan dokter masing-masing hanya 1 orang (0,5%). Dengan demikian, karakteristik responden didominasi oleh kelompok pekerja aktif, khususnya karyawan swasta dan aparatur negara.

4.1.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Berdasarkan data sampel yang diperoleh dalam penelitian ini. Klasifikasi responden berdasarkan pendapatan perbulan responden dijabarkan dalam **Tabel 4.5** berikut.

Tabel 4.5 Klasifikasi Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan

No	Pendapatan Perbulan	Jumlah	Presentase
1	< Rp 3.000.000	38	19%
2	Rp 4.000.000 - 9.000.000	138	69%
3	Rp 10.000.000 - 15.000.000	16	8%
4	> Rp 15.000.000	8	4%
Total		200	100%

Sumber : Data Primer 2026

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pendapatan per bulan pada kisaran Rp 4.000.000 sampai Rp 9.000.000. Jumlah responden pada kelompok pendapatan tersebut sebanyak 138 orang dengan persentase sebesar 69,0% dari keseluruhan responden. Selanjutnya, responden

dengan pendapatan kurang dari Rp 3.000.000 berjumlah 38 orang (19,0%), diikuti oleh responden dengan pendapatan Rp 10.000.000 sampai Rp 15.000.000 sebanyak 16 orang (8,0%), serta responden dengan pendapatan di atas Rp 15.000.000 sebanyak 8 orang (4,0%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden didominasi oleh kelompok masyarakat dengan pendapatan menengah.

4.1.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia Responden

Berdasarkan data sampel yang diperoleh dalam penelitian ini. Klasifikasi responden berdasarkan usia responden dijabarkan dalam **Tabel. 4.6** berikut.

Tabel 4.6 Klasifikasi Responden berdasarkan Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase
----	------	--------	------------

1	17-22 Tahun	13	6,5%
2	23 - 28 Tahun	54	27%
3	28 - 33 Tahun	68	34%
4	34 - 39 Tahun	22	11%
5	> 40 Tahun	43	21,5%
Total		200	100%

Sumber : Data Primer 2026

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada kelompok usia 28–33 tahun. Jumlah responden pada rentang usia tersebut sebanyak 68 orang dengan persentase sebesar 34,0% dari keseluruhan responden. Selanjutnya, responden dengan usia 23–28 tahun berjumlah 54 orang (27,0%), diikuti oleh responden dengan usia di atas 40 tahun sebanyak 43 orang (21,5%). Responden pada rentang usia 34–39 tahun berjumlah 22 orang (11,0%), sedangkan responden dengan usia 17–22 tahun merupakan kelompok terkecil, yaitu sebanyak 13 orang (6,5%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh kelompok usia produktif muda.

4.1.7 Klasifikasi Responden berdasarkan Alasan Penggunaan Aplikasi Mobile JKN

Berdasarkan data sampel yang diperoleh dalam penelitian ini. Klasifikasi responden berdasarkan alasan penggunaan aplikasi mobile JKN dijabarkan dalam **Tabel. 4.7** berikut.

Tabel 4.7 Klasifikasi Responden berdasarkan Alasan Penggunaan Aplikasi Mobile JKN

No	Penggunaan	Jumlah	Presentase
1	Pendaftaran Online	38	19%
2	Perubahan Data Peserta	33	16,5%
3	Pembayaran Iuran	41	20,5%
4	Mencari Informasi Fasilitas Kesehatan Terdekat	28	14%
5	Konsultasi Online	11	5,5%
6	Cek Status Kepesertaan	49	24,5%
Total		200	100%

Sumber : Data Primer 2026

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa jenis penggunaan layanan yang paling banyak digunakan oleh responden adalah pengecekan status kepesertaan. Jumlah responden yang menggunakan layanan tersebut sebanyak 49 orang dengan persentase sebesar 24,5% dari keseluruhan responden. Selanjutnya, penggunaan layanan pembayaran iuran dilakukan oleh 41 orang (20,5%), diikuti oleh pendaftaran online sebanyak 38 orang (19,0%) dan perubahan data peserta sebanyak 33 orang (16,5%). Responden yang menggunakan layanan untuk mencari informasi fasilitas kesehatan terdekat berjumlah 28 orang (14,0%), sedangkan penggunaan konsultasi online merupakan yang paling sedikit, yaitu sebanyak 11 orang (5,5%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memanfaatkan layanan digital terutama untuk kebutuhan administratif dan informasi dasar kepesertaan.

4.1.8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Seberapa Sering Menggunakan Aplikasi Mobile JKN

Berdasarkan data sampel yang diperoleh dalam penelitian ini. Klasifikasi responden berdasarkan seberapa sering menggunakan aplikasi mobile JKN dijabarkan dalam **Tabel. 4.8** berikut.

**Tabel 4.8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Seberapa Sering
Menggunakan Aplikasi Mobile JKN**

No	Intensitas	Jumlah	Presentase
1	1-3 kali dalam seminggu	146	73%
2	4-6 kali dalam seminggu	43	21,5%
3	7-9 kali dalam seminggu	11	5,5%
		200	100%

Sumber : Data Primer 2026

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini menggunakan layanan sebanyak 1–3 kali dalam seminggu. Jumlah responden pada kategori tersebut sebanyak 146 orang dengan persentase sebesar 73,0% dari keseluruhan responden. Selanjutnya, responden yang menggunakan layanan sebanyak 4–6 kali dalam seminggu berjumlah 43 orang (21,5%), sedangkan responden dengan intensitas penggunaan tertinggi, yaitu 7–9 kali dalam seminggu, hanya sebanyak 11 orang (5,5%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan layanan digital oleh responden relatif masih berada pada tingkat rendah hingga sedang.

4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan nilai rata-rata jawaban responden pada setiap item pertanyaan yang merepresentasikan enam variabel penelitian, yaitu *usage barrier (UB)*, *value barrier (VB)*, *traditional barrier (TB)*, *continuance intention (CI)*, *word of mouth (WOM)*, dan *intention to recommend (ITR)*. Klasifikasi penilaian responden dikategorikan dengan tolak ukur sebagai berikut.

Skor penilaian paling rendah: 1

Skor penilaian paling tinggi : 6

$$\begin{aligned}\text{Interval} &= \frac{(\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})}{\text{jumlah kelas}} \\ &= \frac{(6-1)}{6} \\ &= 0,833\end{aligned}$$

Dengan demikian, maka diperoleh skala deskriptif dari rentang penilaian terhadap variabel penelitian ini sebagaimana ditunjukkan pada **Tabel 4.9** berikut.

Tabel 4.9 Rentang Penilaian Skala Deskriptif Variabel

Rentang Nilai	Keterangan
1,00 - 1,83	Sangat Tidak Setuju
1,84 - 2,66	Tidak Setuju

2,67 - 3,49	Agak Tidak Setuju
3,50 - 4,32	Agak Setuju
4,33 - 5,15	Setuju
5,16 - 6,00	Sangat Setuju

4.2.1 Variabel *Usage Barrier*

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *usage barrier* ditunjukkan pada **Tabel 4.10** berikut.

Tabel 4.10 Analisis Deskriptif pada Variabel *Usage Barrier*

Kode	Item Pertanyaan	Mean	Keterangan
UB 1	Menurut saya aplikasi mobile JKN sulit digunakan	4.48	Setuju
UB 2	Menurut saya aplikasi mobile JKN membingungkan	4.41	Setuju
UB 3	Menurut saya aplikasi mobile JKN tidak	4.40	

	berfungsi dengan baik		Setuju
Rata-rata Total		4.43	Setuju

Sumber : Data Primer 2026

Berdasarkan **Tabel 4.10**, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini secara umum menyetujui seluruh pernyataan yang merepresentasikan variabel *usage barrier*. Hal ini tercermin dari nilai rata-rata total sebesar 4,43, yang berada pada kategori setuju (interval 4,33–5,15). Temuan ini menunjukkan bahwa responden merasakan adanya hambatan penggunaan dalam pemanfaatan aplikasi Mobile JKN. Secara lebih rinci, responden menilai bahwa aplikasi Mobile JKN masih memiliki beberapa kendala dalam aspek penggunaan, baik dari sisi kemudahan, kejelasan, maupun fungsi aplikasi. Item UB1 yaitu “Menurut saya aplikasi Mobile JKN sulit digunakan” memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,48, yang mengindikasikan bahwa kesulitan penggunaan merupakan hambatan paling dominan yang dirasakan oleh pengguna. Sementara itu, item UB2 yang menyatakan bahwa aplikasi Mobile JKN membingungkan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,41, dan item UB3 terkait fungsi aplikasi yang dinilai tidak berfungsi dengan baik memperoleh nilai rata-rata 4,40. Kedua item tersebut juga berada dalam kategori setuju, yang menunjukkan bahwa responden masih menemukan permasalahan pada alur penggunaan serta kinerja fungsi aplikasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden secara umum merasakan adanya *usage barrier* yang cukup signifikan dalam penggunaan aplikasi Mobile JKN, mencakup aspek kemudahan penggunaan, kejelasan navigasi, dan performa aplikasi. Temuan ini

memberikan gambaran awal bahwa meskipun aplikasi Mobile JKN digunakan secara luas, pengguna masih menghadapi berbagai hambatan operasional dalam pemanfaatannya.

4.2.2 Variabel *Value Barrier*

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *value barrier* ditunjukkan pada **Tabel 4.11** berikut.

Tabel 4.11 Analisis Deskriptif pada Variabel *Value Barrier*

Kode	Item Pertanyaan	Mean	Keterangan
VB1	Menurut saya aplikasi mobile JKN tidak memberikan manfaat yang saya cari	4.42	Setuju
VB2	Menurut saya aplikasi mobile JKN tidak memberikan kualitas pelayanan yang baik	4.47	Setuju
Rata-rata Total		4.45	Setuju

Sumber : Data Primer 2026

Berdasarkan **Tabel 4.11**, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini secara umum menyetujui seluruh pernyataan pada variabel *value barrier*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata total sebesar 4,45, yang termasuk dalam kategori setuju (interval 4,33–5,15). Temuan ini menunjukkan bahwa responden merasakan adanya hambatan nilai dalam penggunaan aplikasi Mobile JKN. Secara lebih rinci, responden menilai bahwa aplikasi Mobile JKN belum sepenuhnya memberikan manfaat dan nilai layanan yang sesuai dengan harapan pengguna. Item VB2 yaitu “Menurut saya aplikasi Mobile JKN tidak memberikan kualitas pelayanan yang baik” memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,47, yang mengindikasikan bahwa persepsi terhadap kualitas pelayanan merupakan aspek hambatan nilai yang paling dominan dirasakan oleh responden. Sementara itu, item VB1 yang menyatakan bahwa aplikasi Mobile JKN tidak memberikan manfaat yang dicari oleh pengguna memiliki nilai rata-rata sebesar 4,42, yang juga berada dalam kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menilai manfaat yang ditawarkan oleh aplikasi Mobile JKN belum sepenuhnya sebanding dengan harapan atau kebutuhan pengguna. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden secara umum merasakan adanya *value barrier* yang cukup kuat dalam penggunaan aplikasi Mobile JKN, khususnya terkait persepsi terhadap manfaat aplikasi dan kualitas pelayanan yang dirasakan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun aplikasi Mobile JKN berfungsi sebagai sarana layanan publik digital, nilai yang diterima pengguna belum sepenuhnya optimal dari sudut pandang pengalaman dan kualitas layanan.

4.2.3 Variabel *Traditional Barrier*

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *traditional barrier* ditunjukkan pada **Tabel 4.12** berikut.

Tabel 4.12 Analisis Deskriptif pada Variabel *Traditional Barrier*

Kode	Item Pertanyaan	Mean	Keterangan
TB1	Saya mengalami kesulitan dalam menghubungi layanan pelanggan mobile JKN	4.45	Setuju
TB2	Saya merasa kesulitan mendapatkan informasi cara penggunaan fitur dalam aplikasi mobile JKN	4.39	Setuju
TB3	Saya merasa penyedia layanan mobile JKN tidak menyelesaikan masalah dengan baik	4.39	Setuju
Rata-rata Total		4.40	Setuju

Sumber : Data Primer 2026

Berdasarkan **Tabel 4.12**, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini secara umum menyetujui seluruh pernyataan yang merepresentasikan variabel *traditional barrier*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata total sebesar 4,40, yang berada dalam kategori setuju (interval 4,33–5,15). Temuan ini menunjukkan bahwa responden merasakan adanya hambatan tradisional dalam penggunaan aplikasi Mobile JKN. Secara lebih rinci, responden menilai bahwa hambatan tradisional terutama berkaitan dengan akses terhadap dukungan layanan dan mekanisme penyelesaian masalah yang disediakan. Item TB1 yaitu “Saya mengalami kesulitan dalam menghubungi layanan pelanggan Mobile JKN” memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,45, yang mengindikasikan bahwa keterbatasan akses terhadap layanan pelanggan merupakan hambatan tradisional yang paling dominan dirasakan oleh pengguna. Sementara itu, item TB2 yang berkaitan dengan kesulitan memperoleh informasi mengenai cara penggunaan fitur aplikasi memiliki nilai rata-rata sebesar 4,39, dan item TB3 terkait ketidak optimalan penyelesaian masalah oleh penyedia layanan juga memperoleh nilai rata-rata 4,39. Kedua item tersebut berada dalam kategori setuju, yang menunjukkan bahwa responden masih mengalami kendala dalam memperoleh panduan penggunaan serta merasa bahwa penanganan masalah belum berjalan secara efektif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden secara umum merasakan adanya *traditional barrier* yang cukup signifikan dalam penggunaan aplikasi Mobile JKN, terutama yang berkaitan dengan keterbatasan akses layanan pelanggan, kurangnya kejelasan informasi penggunaan fitur, serta efektivitas penyelesaian masalah. Temuan ini

menunjukkan bahwa aspek-aspek layanan konvensional masih menjadi hambatan penting dalam adopsi dan pengalaman penggunaan aplikasi Mobile JKN.

4.2.4 Variabel *Continuance Intention*

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *continuance intention*, ditunjukkan pada **Tabel 4.13** berikut.

Tabel 4.13 Analisis Deskriptif pada Variabel *Continuance Intention*

Kode	Item Pertanyaan	Mean	Keterangan
CI1	Saya berniat untuk terus menggunakan layanan mobile JKN di masa depan	4.13	Agak Setuju
CI2	Menggunakan layanan mobile JKN sudah menjadi bagian dari rutinitas saya sehari-hari	4.02	Agak Setuju
CI3	Saya bersedia merekomendasikan layanan mobile JKN kepada teman dan keluarga	4.14	Agak Setuju

Rata-rata Total	4.09	Agak Setuju
-----------------	------	-------------

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan **Tabel 4.13**, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini secara umum berada pada kategori agak setuju terhadap seluruh pernyataan yang merepresentasikan variabel *continuance intention*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata total sebesar 4,09, yang termasuk dalam kategori agak setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun responden masih memiliki niat untuk terus menggunakan aplikasi Mobile JKN, tingkat niat tersebut belum tergolong sangat kuat. Secara lebih rinci, item CI3 yaitu “Saya bersedia merekomendasikan layanan Mobile JKN kepada teman dan keluarga” memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,14, yang mengindikasikan adanya kecenderungan responden untuk tetap memberikan dukungan terhadap penggunaan aplikasi Mobile JKN di lingkungan sosialnya. Sementara itu, item CI1 yang berkaitan dengan niat untuk terus menggunakan layanan Mobile JKN di masa depan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,13, yang juga berada pada kategori agak setuju. Di sisi lain, item CI2 yaitu “Menggunakan layanan Mobile JKN sudah menjadi bagian dari rutinitas saya sehari-hari” memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 4,02, meskipun masih berada pada kategori agak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Mobile JKN belum sepenuhnya terinternalisasi sebagai kebiasaan rutin dalam aktivitas harian sebagian besar responden. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden memiliki *continuance intention* yang relatif moderat terhadap penggunaan aplikasi Mobile JKN. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun

aplikasi Mobile JKN masih digunakan dan dianggap penting, keberlanjutan penggunaannya cenderung bersifat fungsional dan situasional, bukan karena keterikatan yang kuat atau kebiasaan yang terbentuk secara konsisten. Kondisi ini relevan untuk dianalisis lebih lanjut dalam pengujian hubungan antara berbagai hambatan inovasi dan niat melanjutkan penggunaan pada tahap analisis struktural (SEM-PLS).

4.2.5 Variabel *Word of Mouth*

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *word of mouth* ditunjukkan pada **Tabel 4.14** berikut.

Tabel 4.14 Analisis Deskriptif pada Variabel *Word of Mouth*

Kode	Item Pertanyaan	Mean	Keterangan
WOM1	Saya akan mendorong orang lain untuk menggunakan layanan mobile JKN	4.25	Agak Setuju
WOM2	Saya merasa puas sehingga ingin menyebarkan opini positif tentang layanan mobile JKN	4.28	Agak Setuju
Rata-rata Total		4.26	Agak Setuju

Sumber : Data Primer 2026

Berdasarkan **Tabel 4.14**, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini secara umum berada pada kategori agak setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang merepresentasikan variabel *word of mouth*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata total sebesar 4,26, yang termasuk dalam kategori agak setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan yang cukup positif, namun belum sepenuhnya kuat, dalam menyampaikan pengalaman penggunaan aplikasi Mobile JKN kepada orang lain. Secara lebih rinci, item WOM2 yaitu “Saya merasa puas sehingga ingin menyebarkan opini positif tentang layanan Mobile JKN” memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,28. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan pengguna menjadi faktor penting yang mendorong munculnya niat untuk menyebarkan opini positif terkait layanan Mobile JKN. Sementara itu, item WOM1 yang menyatakan dorongan responden untuk menganjurkan orang lain menggunakan layanan Mobile JKN memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,25, yang juga berada pada kategori agak setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden menunjukkan kecenderungan *word of mouth* yang bersifat moderat terhadap layanan Mobile JKN. Meskipun pengguna relatif bersedia untuk mendorong dan menyebarkan pengalaman positif kepada orang lain, intensitas dan kekuatan perilaku *word of mouth* tersebut belum sepenuhnya optimal. Temuan ini mengindikasikan adanya ruang perbaikan dalam meningkatkan pengalaman pengguna agar dapat mendorong komunikasi positif yang lebih kuat dan konsisten di kalangan masyarakat.

4.2.6 Variabel *Intention to Recommend*

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *intention to recommend* ditunjukkan pada **Tabel 4.15** berikut.

Tabel 4.15 Analisis Deskriptif pada Variabel *Intention to Recommend*

Kode	Item Pertanyaan	Mean	Keterangan
ITR1	Saya merasa puas sehingga berniat membagikan hal-hal baik mengenai layanan mobile JKN	4.26	Agak Setuju
ITR2	Saya ingin orang lain juga mencoba layanan mobile JKN karena percaya pada pelayanannya	4.18	Agak setuju
ITR3	Saya berniat menyarankan orang lain untuk terus menggunakan layanan mobile JKN dalam jangka panjang	4.35	Setuju

Rata-rata Total	4.26	Agak Setuju
-----------------	------	-------------

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan **Tabel 4.15**, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini secara umum berada pada kategori agak setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang merepresentasikan variabel *intention to recommend*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata total sebesar 4,26, yang termasuk dalam kategori agak setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan yang cukup positif untuk merekomendasikan layanan Mobile JKN kepada orang lain, meskipun intensitas niat tersebut belum sepenuhnya kuat. Secara lebih rinci, item ITR3 yaitu “Saya berniat menyarankan orang lain untuk terus menggunakan layanan Mobile JKN dalam jangka panjang” memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,35, yang berada dalam kategori setuju. Hal ini mengindikasikan adanya keinginan responden untuk mendukung keberlanjutan penggunaan aplikasi Mobile JKN oleh orang lain. Sementara itu, item ITR1 yang berkaitan dengan niat membagikan hal-hal positif mengenai layanan Mobile JKN memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,26, yang berada pada kategori agak setuju. Di sisi lain, item ITR2 yaitu “Saya ingin orang lain juga mencoba layanan Mobile JKN karena percaya pada pelayanannya” memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 4,18, meskipun masih berada dalam kategori agak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan responden terhadap kualitas pelayanan Mobile JKN sebagai dasar untuk mengajak orang lain mencoba layanan tersebut masih bersifat moderat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden menunjukkan *intention to recommend* yang relatif

moderat terhadap layanan Mobile JKN. Meskipun terdapat kecenderungan untuk merekomendasikan dan menyampaikan pengalaman positif, kekuatan niat tersebut belum sepenuhnya optimal. Temuan ini mengindikasikan perlunya peningkatan kualitas layanan dan pengalaman pengguna agar dapat memperkuat kepercayaan serta mendorong rekomendasi yang lebih konsisten dan berkelanjutan.

4.3 Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian model pengukuran dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Hasil pengujian ini akan dijelaskan sebagai berikut.

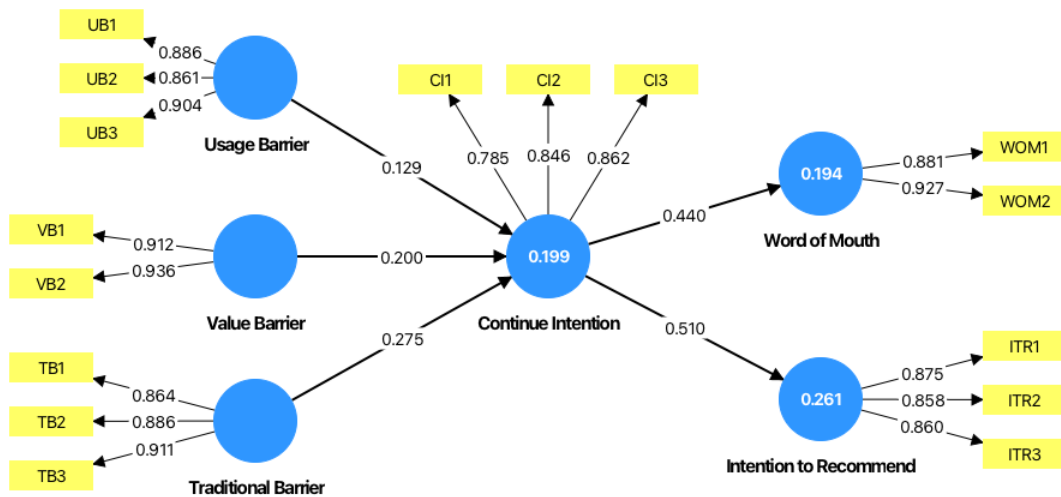
4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas pada model pengukuran dilakukan dengan menguji validitas konvergen dan validitas diskriminan item pengukuran konstruk. Pemaparan hasil uji validitas tersebut dijelaskan sebagai berikut.

4.3.1.1 Hasil Uji Validitas Konvergen

Hasil uji validitas konvergen ditunjukkan pada **Gambar 4.1** berikut.

Gambar 4.1 Hasil Uji Validitas Konvergen



Sementara itu, data hasil uji validitas konvergen yang telah diolah dalam bentuk outer loading ditunjukkan pada **Tabel 4.16** berikut.

Tabel 4.16 Outer Loading Uji Validitas Konvergen

	Variabel Penelitian
--	---------------------

	UB	VB	TB	CI	WOM	ITR
UB1	0.886					
UB2	0.861					
UB3	0.904					
VB1		0.912				
VB2		0.936				
TB1			0.864			
TB2			0.886			
TB3			0.911			
CI1				0.785		
CI2				0.846		
CI3				0.862		
WOM1					0.881	
WOM2					0.927	
ITR1						0.875
ITR2						0.858

ITR3						0.860
------	--	--	--	--	--	-------

Sumber: Data Primer 2026

Catatan: UB = *Usage Barrier*, VB = *Value Barrier*, TB = *Traditional Barrier*, CI = *Continuance Intention*, WOM = *Word of Mouth*, ITR = *Intention to Recommend*.

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa seluruh item variabel memiliki nilai outer loading yang memenuhi kriteria, yaitu lebih dari 0,50. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat dinyatakan valid. Sebagai contoh, item pada variabel *usage barrier* (UB) memiliki nilai outer loading di atas 0,80. Sementara itu, seluruh item pada variabel *value barrier* (VB) dan *traditional barrier* (TB) juga memiliki nilai di atas 0,80. Selain itu, item pada variabel *continuance intention* (CI), *word of mouth* (WOM), dan *intention to recommend* (ITR) seluruhnya menunjukkan nilai outer loading di atas batas minimum yang disyaratkan. Dengan demikian, berdasarkan nilai yang tertera dalam **Tabel 4.16** dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Selanjutnya, hasil pengukuran nilai *Average Variance Extracted* (AVE) ditunjukkan pada **Tabel 4.17** berikut.

Tabel 4.17 Hasil Pengukuran Nilai AVE

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Usage Barrier	0.781

Value Barrier	0.854
Traditional Barrier	0.787
Continuance Intention	0.692
Word of Mouth	0.818
Intention to Recommend	0.747

Sumber: Data Primer 2026

Hasil pengukuran nilai AVE pada **Tabel 4.17** menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai AVE di atas 0,50. Artinya, hasil uji AVE mengindikasikan bahwa seluruh variabel dinyatakan valid secara konvergen. Sebagai contoh, variabel *usage barrier*, *value barrier*, dan *traditional barrier* masing-masing memiliki nilai AVE di atas 0,70. Sementara itu, variabel *continuance intention* memiliki nilai AVE sebesar 0,692 yang masih berada di atas batas minimum yang disyaratkan. Selain itu, variabel *word of mouth* dan *intention to recommend* juga menunjukkan nilai AVE di atas 0,70. Dengan demikian, hasil uji validitas konvergen yang mengacu pada pengukuran nilai AVE menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid secara konvergen.

4.3.1.2 Hasil Uji Validitas Diskriminan

Parameter uji validitas diskriminan didasarkan pada nilai *square root AVE* dan nilai HTMT. Hasil pengukuran nilai *square root AVE* dalam pengujian validitas diskriminan penelitian ini ditunjukkan pada **Tabel 4.18** berikut.

Tabel 4.18 Nilai Square Root AVE Validitas Diskriminan

	UB	VB	TB	CI	WOM	ITR
UB	0.884					
VB		0.924				
TB			0.887			
CI				0.832		
WOM					0.904	
ITR						0.864

Sumber: Data Primer 2026

Catatan: UB = *Usage Barrier*, VB = *Value Barrier*, TB = *Traditional Barrier*, CI = *Continuance Intention*, WOM = *Word of Mouth*, ITR = *Intention to Recommend*.

Berdasarkan **Tabel 4.18**, nilai square root AVE pada setiap variabel memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar variabel lainnya. Hal ini menunjukkan hasil yang baik sesuai dengan kriteria pengukuran Fornell dan Larcker (1981). Sebagai contoh, variabel *usage barrier* memiliki nilai square root AVE sebesar 0,884, variabel *value barrier* sebesar 0,924, dan variabel *traditional barrier* sebesar 0,887, yang seluruhnya lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi dengan variabel lain. Sementara itu, variabel *continuance intention*, *word of mouth*, dan *intention to recommend* masing-masing memiliki nilai square root AVE sebesar

0,832, 0,904, dan 0,864. Dengan demikian, berdasarkan kriteria Fornell dan Larcker, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid secara diskriminan.

Selanjutnya, uji validitas diskriminan berdasarkan parameter rasio *Heterotrait-monotrait* (HTMT) ditunjukkan pada **Tabel 4.19** berikut.

Tabel 4.19 Hasil Uji *Heterotrait - Monotrait*

	UB	VB	TB	CI	WOM	ITR
UB						
VB	0.132					
TB	0.318	0.438				
CI	0.271	0.389	0.454			
WOM	0.136	0.398	0.373	0.547		
ITR	0.234	0.508	0.494	0.619	0.550	

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan **Tabel 4.19**, hasil uji *Heterotrait–Monotrait Ratio* (HTMT) menunjukkan bahwa seluruh nilai HTMT antar variabel berada di bawah batas kriteria 0,85. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk dalam penelitian ini memiliki tingkat keterbedaan yang memadai satu sama lain. Dengan demikian, hasil pengujian validitas diskriminan dinyatakan memenuhi kriteria dan dapat

diterima, sehingga seluruh variabel dalam penelitian ini valid secara diskriminan dan layak untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Parameter uji reliabilitas pada penelitian ini didasarkan pada nilai *Cronbach alpha* dan *Composite Reliability (CR)* yang lebih besar dari 0.6 agar variabel dapat dikatakan reliabel. Hasil uji reliabilitas variabel pada outer model dapat dilihat pada **Tabel 4.20** berikut.

Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability (CR)</i>
<i>Usage Barrier</i>	0.860	0.914
<i>Value Barrier</i>	0.830	0.921
<i>Traditional Barrier</i>	0.865	0.917
<i>Continuance Intention</i>	0.780	0.870
<i>Word of Mouth</i>	0.780	0.900
<i>Intention to Recommend</i>	0.831	0.899

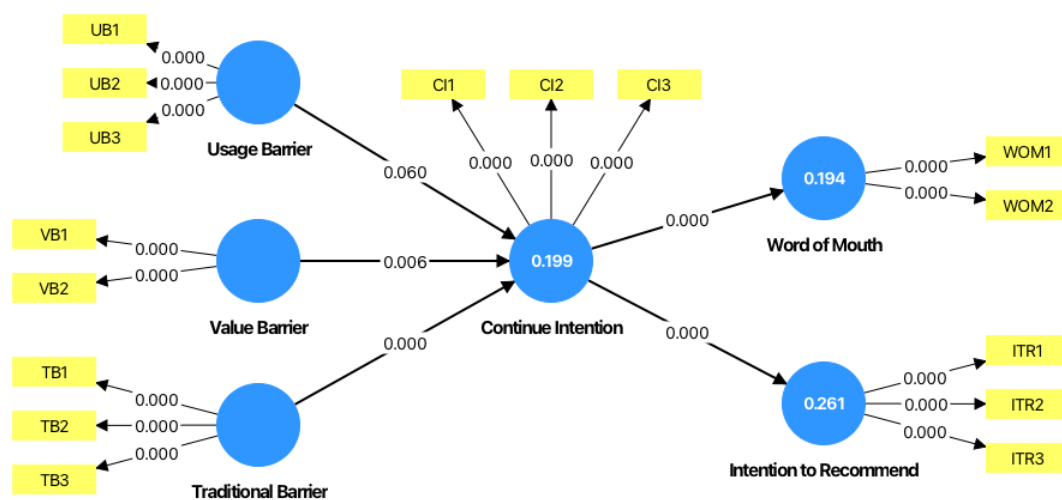
Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan **Tabel 4.20**, dapat diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability (CR)* di atas batas minimum 0,60, sehingga telah memenuhi kriteria reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian, hasil pengujian reliabilitas dinyatakan diterima. Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang relatif tinggi menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dalam mengukur masing-masing konstruk. Variabel *traditional barrier* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,865 dan *Composite Reliability* sebesar 0,917, sedangkan variabel *usage barrier* juga menunjukkan reliabilitas yang tinggi dengan nilai *Cronbach's Alpha* 0,860 dan *Composite Reliability* 0,914. Selain itu, variabel *value barrier*, *continuance intention*, *word of mouth*, dan *intention to recommend* masing-masing juga memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang berada di atas ambang batas yang ditetapkan, yang menandakan bahwa seluruh indikator pada setiap variabel mampu mengukur konstruk secara konsisten. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya, khususnya pada pengujian model struktural menggunakan SEM-PLS.

4.4 Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian model struktural dilakukan dengan uji kolinearitas, uji koefisien jalur, uji koefisien determinasi, dan Q-square. Gambar bootstrapping pada pengujian model struktural dapat dilihat pada **Gambar 4.2** berikut.

Gambar 4.2 *Bootstrapping Uji Model Struktural*



4.4.1 Hasil Uji Kolinearitas

Uji kolinearitas didasarkan pada hasil nilai variance inflation factor (VIF) (Hair et al., 2021). Hasil uji kolinearitas dapat dilihat pada **Tabel 4.21** berikut.

Tabel 4.21 Hasil Uji Kolinearitas

	UB	VB	TB	CI	WOM	ITR
UB				1.082		
VB				1.163		
TB				1.242		
CI					1.000	1.000
WOM						
ITR						

Sumber : Data Primer 2026

Berdasarkan **Tabel 4.21**, hasil uji kolinearitas dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya masalah multikolinearitas yang kritis. Hal ini ditunjukkan oleh nilai variance inflation factor (VIF) pada seluruh variabel yang berada di bawah batas maksimum 5 ($VIF < 5$). Bahkan, seluruh nilai VIF yang diperoleh berada jauh di bawah angka 3, sehingga dapat dikatakan bahwa model penelitian ini terbebas dari permasalahan multikolinearitas. Sebagai contoh, nilai VIF pada variabel *usage barrier* sebesar 1,082, *value barrier* sebesar 1,163, dan *traditional*

barrier sebesar 1,242. Sementara itu, variabel *continuance intention* memiliki nilai VIF sebesar 1,000. Dengan demikian, hasil uji kolinearitas ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan multikolinearitas yang bermasalah antar variabel dalam model penelitian.

4.4.2 Hasil Uji Koefisien Jalur (*Path Coefficient*)

Pada uji koefisien jalur, hubungan antar variabel dikatakan positif atau negatif bergantung pada arah variabel yang dihipotesiskan dan dibandingkan dengan nilai koefisien jalur tersebut di antara -1 atau +1. Hasil uji koefisien jalur pada penelitian ini dapat dilihat pada **Tabel 4.22** berikut.

Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Jalur

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur (β)	Keterangan
<i>Usage Barrier</i> → <i>Continuance Intention</i>	0.129	Positif
<i>Value Barrier</i> → <i>Continuance Intention</i>	0.200	Positif
<i>Traditional Barrier</i> → <i>Continuance Intention</i>	0.275	Positif
<i>Continuance Intention</i> → <i>Word of Mouth</i>	0.440	Positif
<i>Continuance Intention</i> → <i>Intention to Recommend</i>	0.510	Positif

Sumber : Data Primer 2026

Berdasarkan **Tabel 4.22** Hasil Uji Koefisien Jalur, dapat diketahui bahwa seluruh hubungan antar variabel dalam model struktural memiliki nilai koefisien jalur (β) yang bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel independen cenderung memiliki hubungan pengaruh yang searah terhadap variabel dependen yang diuji. Secara rinci, hubungan *usage barrier* terhadap *continuance intention*, memiliki nilai koefisien jalur sebesar $\beta = 0,129$, yang mengindikasikan adanya

pengaruh positif antara hambatan penggunaan dan kesediaan melanjutkan penggunaan. Selanjutnya, *value barrier* terhadap *continuance intention*, menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar $\beta = 0,200$, serta *traditional barrier* terhadap *continuance intention*, dengan nilai $\beta = 0,275$, yang keduanya juga mengindikasikan hubungan pengaruh positif. Selain itu, variabel *continuance intention*, terbukti memiliki pengaruh positif terhadap variabel konsekuensial, yaitu *word of mouth* dengan nilai koefisien jalur sebesar $\beta = 0,440$, serta terhadap *intention to recommend* dengan nilai koefisien jalur sebesar $\beta = 0,510$. Nilai koefisien jalur ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kesediaan responden untuk melanjutkan penggunaan, maka kecenderungan untuk menyampaikan pengalaman positif dan merekomendasikan layanan kepada orang lain juga semakin meningkat. Dengan demikian, hasil pengujian koefisien jalur ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya masing-masing variabel independen berpotensi berdampak pada tinggi rendahnya variabel dependen secara positif, sesuai dengan arah hubungan yang dibangun dalam model penelitian.

4.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Uji koefisien determinasi menggunakan *R-square* yang mengindikasikan seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.22 berikut.

Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>

<i>Continuance Intention</i>	0.199	0.186
<i>Word of Mouth</i>	0.194	0.257
<i>Intention to Recommend</i>	0.261	0.190

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan **Tabel 4.23**, nilai R-Square untuk variabel *continuance intention* sebesar 0,199 dengan nilai R-Square Adjusted sebesar 0,186. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *usage barrier*, *value barrier*, dan *traditional barrier* mampu menjelaskan variabel *continuance intention* sebesar 19,9%, sedangkan 80,1% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan *continuance intention* berada pada kategori lemah hingga moderat, yang mengisyaratkan bahwa keberlanjutan penggunaan Mobile JKN tidak hanya dipengaruhi oleh hambatan inovasi, tetapi juga oleh faktor lain seperti sifat layanan yang bersifat wajib, kebutuhan administratif, serta kebijakan layanan publik. Selanjutnya, nilai R-Square pada variabel *word of mouth* sebesar 0,194, dengan R-Square Adjusted sebesar 0,257. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel *continuance intention* mampu menjelaskan variasi *word of mouth* sebesar 19,4%, sementara 80,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun niat untuk melanjutkan penggunaan berperan dalam mendorong *word of mouth*, terdapat faktor tambahan seperti pengalaman layanan, kepuasan, persepsi manfaat, serta kepercayaan terhadap institusi yang turut mempengaruhi kecenderungan responden dalam menyebarkan informasi secara lisan. Sementara

itu, nilai R-Square untuk variabel *Intention to Recommend* sebesar 0,261, dengan R-Square Adjusted sebesar 0,190. Hal ini berarti bahwa variabel *continuance intention* mampu menjelaskan niat untuk merekomendasikan sebesar 26,1%, sedangkan 73,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dibandingkan dengan variabel *word of mouth*, nilai R-Square pada *intention to recommend* relatif lebih tinggi, yang menunjukkan bahwa keberlanjutan penggunaan memiliki peran yang lebih kuat dalam mendorong responden untuk secara aktif merekomendasikan Mobile JKN kepada pihak lain. Secara keseluruhan, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel-variabel eksogen dalam model penelitian ini memiliki kemampuan terbatas namun tetap relevan dalam menjelaskan variabel endogen. Nilai R-Square yang berada pada kisaran rendah hingga mendekati moderat mencerminkan kompleksitas perilaku pengguna layanan publik digital, di mana keputusan untuk melanjutkan penggunaan, menyampaikan *word of mouth*, dan merekomendasikan layanan tidak hanya ditentukan oleh hambatan inovasi, tetapi juga oleh konteks kebutuhan, regulasi, dan karakteristik layanan Mobile JKN sebagai layanan publik berbasis digital.

4.4.3 Hasil Uji Q-Square

Pengujian Q-Square digunakan untuk mengetahui relevansi prediktif konstruk endogen yang diprediksi oleh konstruk yang mempengaruhinya. Hasil uji Q-Square dapat dilihat pada **Tabel 4.23** berikut.

Tabel 4.24 Hasil Uji Q-Square

Variabel	<i>Q-Square Predict</i>
<i>Continuance Intention</i>	0.163
<i>Word of Mouth</i>	0.102
<i>Intention to Recommend</i>	0.170

Sumber: Data Primer 2026

Berdasarkan **Tabel 4.24**, variabel *continuance intention* memiliki nilai Q-Square Predict sebesar 0,163. Nilai ini lebih besar dari nol ($Q^2 \geq 0$), yang menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediktif terhadap variabel *continuance intention*. Artinya, variabel *usage barrier*, *value barrier*, dan *traditional barrier* mampu memprediksi keberlanjutan penggunaan Mobile JKN sebesar 16,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Selanjutnya, variabel *word of mouth* memiliki nilai Q-Square Predict sebesar 0,102. Nilai ini juga lebih besar dari nol, yang mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif terhadap perilaku *word of mouth* pengguna Mobile JKN. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *continuance intention* mampu memprediksi kecenderungan *word of mouth* sebesar 10,2%, sementara faktor lain di luar model turut berperan dalam membentuk perilaku tersebut. Sementara itu, variabel *intention to recommend* memiliki nilai Q-Square Predict sebesar 0,170. Nilai ini merupakan yang tertinggi dibandingkan variabel endogen lainnya dan menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang relatif lebih kuat

terhadap niat merekomendasikan. Dengan demikian, variabel *continuance intention* mampu memprediksi *intention to recommend* sebesar 17,0%, sedangkan 83,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara keseluruhan, hasil uji Q-Square menunjukkan bahwa seluruh variabel endogen dalam penelitian ini memiliki nilai Q-Square di atas nol ($Q^2 \geq 0$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki predictive relevance, sehingga layak digunakan untuk memprediksi *continuance intention*, *word of mouth*, dan *intention to recommend* pada pengguna Mobile JKN. Temuan ini juga menegaskan bahwa meskipun nilai prediktif model berada pada kategori rendah hingga moderat, model tetap memiliki kecocokan yang memadai dengan data empiris dan relevan dalam menjelaskan perilaku pengguna layanan publik digital.

4.5 Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan mempertimbangkan nilai t-value dan p-value. Hipotesis penelitian diterima jika nilai t-value lebih dari 1.96 (t-value > 1.96). Selanjutnya, hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai p-value kurang dari 0.05 (p-value < 0.05). Hasil pengujian hipotesis penelitian ini dapat dilihat pada **Tabel 4.24** berikut.

Tabel 4.25 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Hypotesis	Path	Koefisien Jalur	p-value	Support
-----------	------	-----------------	---------	---------

		(β)		
H1	UB $\rightarrow$ CI	0.129	0.060	NO
H2	VB $\rightarrow$ CI	0.200	0.006	NO
H3	TB $\rightarrow$ CI	0.275	0.000	NO
H4	CI $\rightarrow$ WOM	0.440	0.000	YES
H5	CI $\rightarrow$ ITR	0.510	0.000	YES

Sumber : Data Primer 2026

Berdasarkan **Tabel 4.25**, dapat disimpulkan bahwa dari lima hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, dua hipotesis dinyatakan diterima dan signifikan, sedangkan tiga hipotesis lainnya tidak didukung oleh hipotesis penelitian. Ketidakterdukungan tersebut terjadi karena satu hipotesis tidak menunjukkan hubungan yang signifikan, sementara dua hipotesis lainnya menunjukkan hubungan yang signifikan secara statistik namun arah pengaruh yang diperoleh tidak sesuai dengan arah hubungan yang diprediksi dalam hipotesis penelitian. Dengan demikian, hanya dua hipotesis yang sepenuhnya didukung oleh data penelitian. Penjelasan masing masing hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Usage Barrier* terhadap *Continuance Intention*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *usage barrier* dan *continuance intention* memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.129 dengan p-value sebesar 0.060. Nilai tersebut tidak memenuhi kriteria signifikansi

karena p-value lebih besar dari 0.05, sehingga hipotesis pertama dinyatakan tidak signifikan dan tidak didukung. Temuan ini menunjukkan bahwa hambatan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat pengguna untuk melanjutkan penggunaan aplikasi Mobile JKN. Dengan kata lain, kesulitan yang dirasakan pengguna dalam menggunakan aplikasi tidak secara langsung mempengaruhi keputusan mereka untuk tetap menggunakan layanan tersebut. Kondisi ini dapat dijelaskan oleh karakteristik Mobile JKN sebagai layanan publik yang memiliki fungsi administratif penting bagi peserta Jaminan Kesehatan Nasional, sehingga tetap digunakan meskipun terdapat hambatan dalam proses penggunaan. Selain itu, meningkatnya literasi digital masyarakat juga memungkinkan pengguna untuk beradaptasi dengan berbagai fitur aplikasi meskipun mengalami kesulitan dalam proses penggunaannya.

2. Pengaruh *Value Barrier* terhadap *Continuance Intention*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *value barrier* dan *continuance intention* memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.200 dengan p-value sebesar 0.006, sehingga hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan secara statistik. Namun demikian, arah hubungan yang diperoleh menunjukkan koefisien positif, sedangkan hipotesis penelitian memprediksi hubungan negatif. Oleh karena itu, hipotesis kedua dinyatakan tidak didukung oleh hasil penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi pengguna mengenai ketidakseimbangan antara manfaat dan usaha penggunaan aplikasi tidak serta merta menurunkan niat mereka untuk

melanjutkan penggunaan Mobile JKN. Hal ini dapat disebabkan oleh pentingnya fungsi aplikasi tersebut dalam memfasilitasi berbagai layanan kesehatan seperti antrean pelayanan, informasi kepesertaan, serta berbagai layanan administratif lainnya. Dengan demikian, meskipun sebagian pengguna masih merasakan adanya keterbatasan nilai dalam aplikasi, mereka tetap memiliki kecenderungan untuk melanjutkan penggunaan layanan tersebut.

3. Pengaruh *Traditional Barrier* terhadap *Continuance Intention*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *traditional barrier* dan *continuance intention* memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.275 dengan p-value sebesar 0.000, sehingga hubungan antara kedua variabel tersebut signifikan secara statistik. Akan tetapi, arah hubungan yang diperoleh menunjukkan koefisien positif, sedangkan hipotesis penelitian memprediksi hubungan negatif. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dinyatakan tidak didukung oleh hasil penelitian. Temuan ini mengindikasikan bahwa kecenderungan pengguna untuk mempertahankan kebiasaan layanan konvensional tidak serta merta menurunkan niat mereka untuk menggunakan layanan digital Mobile JKN. Hal ini dapat terjadi karena proses digitalisasi dalam sistem pelayanan kesehatan semakin berkembang, sehingga pengguna tetap memanfaatkan aplikasi tersebut meskipun sebelumnya terbiasa dengan prosedur pelayanan secara manual atau tatap muka.

4. Pengaruh *Continuance Intention* terhadap *Word of Mouth*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *continuance intention* dan *word of mouth* memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.440 dengan p-value sebesar 0.000, sehingga memenuhi kriteria signifikansi. Dengan demikian, hipotesis keempat didukung oleh data penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi niat pengguna untuk melanjutkan penggunaan Mobile JKN, maka semakin besar kecenderungan pengguna untuk menyampaikan pengalaman positif kepada orang lain melalui komunikasi informal atau word of mouth. Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan penggunaan layanan digital berperan penting dalam mendorong penyebaran informasi positif kepada masyarakat.

5. Pengaruh *Continuance Intention* terhadap *Intention to Recommend*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *continuance intention* dan *intention to recommend* memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.510 dengan p-value sebesar 0.000, sehingga memenuhi kriteria signifikansi. Dengan demikian, hipotesis kelima didukung oleh data penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Mobile JKN, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan penggunaan layanan digital tidak hanya mendorong loyalitas pengguna, tetapi juga meningkatkan potensi rekomendasi positif kepada calon pengguna lainnya.

4.6 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *Innovation Resistance Theory (IRT)* terhadap *word of mouth* dan *intention to recommend*, dengan *continuance intention* sebagai variabel mediasi pada pengguna aplikasi Mobile JKN. Penelitian ini melibatkan 200 responden yang pernah menggunakan aplikasi Mobile JKN untuk berbagai kebutuhan layanan Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa *value barrier* dan *traditional barrier* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *continuance intention*, sedangkan *usage barrier* tidak berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*. Namun demikian, arah hubungan yang ditemukan pada *value barrier* dan *traditional barrier* tidak sesuai dengan hipotesis penelitian yang memprediksi hubungan negatif. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan hambatan inovasi tersebut tidak serta merta menurunkan niat pengguna untuk melanjutkan penggunaan aplikasi Mobile JKN. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *continuance intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* serta *intention to recommend*. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi niat pengguna untuk melanjutkan penggunaan aplikasi Mobile JKN, maka semakin besar pula kecenderungan pengguna untuk menyampaikan pengalaman mereka kepada orang lain serta merekomendasikan layanan tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa *continuance intention* memiliki peran penting dalam mendorong perilaku komunikasi dan rekomendasi pengguna terhadap layanan Mobile JKN, meskipun faktor faktor hambatan inovasi tidak sepenuhnya berperan

dalam menurunkan niat penggunaan sebagaimana diprediksi oleh kerangka *Innovation Resistance Theory (IRT)*.

4.6.1 Pengaruh *Usage Barrier* terhadap *Continuance Intention*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *usage barrier* tidak berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*, sehingga hipotesis H1 dinyatakan tidak didukung. Hal ini terlihat dari nilai koefisien jalur sebesar 0,129 dengan p-value sebesar 0,060, yang tidak memenuhi kriteria signifikansi statistik. Temuan ini menunjukkan bahwa hambatan penggunaan yang bersifat teknis dan operasional, seperti aplikasi yang dirasa kurang intuitif atau mengalami gangguan fungsi, belum cukup kuat untuk menurunkan niat pengguna dalam melanjutkan penggunaan Mobile JKN. Secara konseptual, *usage barrier* lebih berkaitan dengan aspek operasional penggunaan teknologi, bukan pada evaluasi manfaat layanan yang secara langsung mempengaruhi keputusan keberlanjutan penggunaan.

Hasil ini sejalan dengan studi e-health berbasis *Innovation Resistance Theory* yang menunjukkan bahwa pada layanan kesehatan digital yang bersifat esensial atau berkaitan dengan kebutuhan administratif, hambatan penggunaan tidak selalu berujung pada penghentian penggunaan karena pengguna tetap memprioritaskan fungsi layanan dibanding kenyamanan teknis (Ray et al., 2022). Selain itu, Kaur et al. (2020) menemukan bahwa meskipun *usage barrier* dapat mempengaruhi niat penggunaan awal, pengaruhnya terhadap perilaku pasca adopsi cenderung melemah ketika layanan telah menjadi bagian dari rutinitas pengguna. Lebih lanjut, Talwar et al. (2023) juga menegaskan bahwa resistensi terhadap inovasi digital tidak selalu

bersifat linier, dan pada konteks tertentu usage barrier dapat ditoleransi apabila layanan dipersepsikan sebagai kebutuhan yang penting dan tidak mudah digantikan.

Pembahasan ini juga dapat dikaitkan dengan karakteristik responden penelitian, di mana mayoritas responden menggunakan Mobile JKN untuk kebutuhan administratif dasar seperti cek status kepesertaan (24,5%) dan pembayaran iuran (20,5%), serta intensitas penggunaan paling dominan berada pada kategori 1–3 kali per minggu (73%). Pola ini menunjukkan bahwa penggunaan Mobile JKN cenderung bersifat situasional sesuai kebutuhan layanan, sehingga hambatan teknis lebih diposisikan sebagai keluhan yang masih dapat ditoleransi selama kebutuhan administratif tetap dapat dipenuhi.

4.6.2 Pengaruh *Value Barrier* terhadap *Continuance Intention*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *value barrier* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,200 dan p-value sebesar 0,006. Namun demikian, arah hubungan yang diperoleh menunjukkan koefisien positif, sehingga tidak sesuai dengan hipotesis penelitian yang memprediksi hubungan negatif. Oleh karena itu, hipotesis H2 dinyatakan tidak didukung oleh hasil penelitian.

Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi mengenai hambatan nilai tidak selalu menurunkan niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Mobile JKN. Dalam konteks penelitian ini, meskipun sebagian pengguna menilai bahwa manfaat yang

diperoleh dari aplikasi belum sepenuhnya sebanding dengan usaha yang dikeluarkan, kondisi tersebut tidak serta merta mengurangi kecenderungan mereka untuk tetap menggunakan layanan Mobile JKN. Dalam kerangka *Innovation Resistance Theory*, *value barrier* muncul ketika pengguna tidak melihat keunggulan yang jelas dari suatu inovasi dibandingkan dengan metode yang telah digunakan sebelumnya. Namun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hambatan nilai tidak sepenuhnya menghambat keberlanjutan penggunaan aplikasi Mobile JKN.

Temuan ini juga didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa hambatan nilai tidak selalu menjadi penghalang dalam penggunaan teknologi digital. Hossain (2023) menyatakan bahwa berbagai layanan digital seperti *e-commerce* dan *e-tourism* tetap digunakan oleh pengguna meskipun terdapat persepsi mengenai keterbatasan nilai, karena layanan tersebut tetap memberikan manfaat praktis dalam aktivitas sehari-hari. Selain itu, Kaur et al. (2020) juga menunjukkan bahwa *value barrier* tidak selalu menjadi faktor utama yang memengaruhi keberlanjutan penggunaan teknologi inovatif.

Selain itu, pembahasan ini dapat dikaitkan dengan karakteristik responden penelitian yang didominasi oleh kelompok berpendapatan menengah Rp4.000.000–Rp9.000.000 (69%) serta mayoritas memiliki tingkat pendidikan S1 atau Diploma (59%). Kelompok responden dengan karakteristik tersebut umumnya memiliki literasi digital yang relatif baik dan cenderung lebih rasional dalam menilai suatu layanan digital. Dalam konteks layanan kesehatan publik seperti Mobile JKN yang

memiliki fungsi administratif penting bagi peserta JKN, pengguna tetap memiliki kecenderungan untuk terus menggunakan aplikasi tersebut meskipun mereka merasakan adanya keterbatasan nilai dari layanan yang diberikan

4.6.3 Pengaruh *Traditional Barrier* terhadap *Continuance Intention*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *traditional barrier* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,275 dan p-value sebesar 0,000. Namun demikian, arah hubungan yang diperoleh menunjukkan koefisien positif, sehingga tidak sesuai dengan hipotesis penelitian yang memprediksi hubungan negatif. Oleh karena itu, hipotesis H3 dinyatakan tidak didukung oleh hasil penelitian.

Temuan ini mengindikasikan bahwa keterikatan pengguna pada pola layanan konvensional seperti preferensi terhadap layanan tatap muka atau kebutuhan akan bantuan langsung tidak secara langsung menurunkan niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Mobile JKN. Dalam kerangka *Innovation Resistance Theory*, *traditional barrier* merujuk pada kecenderungan individu untuk mempertahankan kebiasaan lama sehingga inovasi baru sering menghadapi resistensi. Namun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hambatan tradisional tidak sepenuhnya menghambat keberlanjutan penggunaan aplikasi Mobile JKN.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Gautam et al. (2021) yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi pembayaran digital dapat mengubah cara individu melakukan transaksi keuangan. Ketika pengguna mulai merasa nyaman menggunakan metode baru yang berbeda dari kebiasaan sebelumnya, mereka tetap memiliki niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Selain itu, Khanra et al. (2021) juga menunjukkan bahwa ketika pengguna telah terbiasa dengan berbagai metode transaksi digital, hambatan tradisional tidak lagi menjadi faktor utama yang menghalangi penggunaan teknologi.

Selain itu, karakteristik responden penelitian yang didominasi oleh kelompok pekerja aktif seperti karyawan swasta (34,5%) serta aparatur negara (19,5%) juga dapat menjelaskan temuan ini. Kelompok ini umumnya memiliki keterbatasan waktu untuk mengakses layanan secara langsung sehingga aplikasi digital menjadi alternatif yang lebih praktis dan efisien, meskipun preferensi terhadap mekanisme layanan konvensional masih tetap ada.

4.6.4 Pengaruh *Continuance Intention* terhadap *Word of Mouth*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *continuance intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,440 dan p-value sebesar 0,000, sehingga hipotesis H4 didukung oleh hasil penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin kuat niat pengguna untuk terus menggunakan Mobile JKN, maka semakin besar kecenderungan pengguna untuk menyampaikan pengalaman positif kepada orang lain. Dalam konteks layanan

publik digital, word of mouth menjadi mekanisme sosial yang penting karena pengalaman pengguna seringkali lebih dipercaya dibandingkan informasi formal dari institusi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan yang berkelanjutan merupakan faktor penting dalam mendorong komunikasi informal positif pada layanan digital (Zhang et al., 2021; Kaur et al., 2022). Karakteristik responden penelitian yang mayoritas berada pada usia produktif (28–33 tahun sebesar 34%) serta didominasi oleh perempuan (55,5%) juga berpotensi memperkuat penyebaran informasi melalui word of mouth, karena kelompok usia produktif cenderung aktif dalam pertukaran informasi dalam lingkungan sosial maupun digital.

4.6.5 Pengaruh *Continuance Intention* terhadap *Intention to Recommend*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *continuance intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to recommend*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,510 dan p-value sebesar 0,000, sehingga hipotesis H5 didukung oleh hasil penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan penggunaan layanan merupakan faktor penting yang mendorong pengguna untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain. Pengguna yang memiliki pengalaman penggunaan yang berkelanjutan cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap layanan yang digunakan, sehingga mereka lebih yakin dalam memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Talwar et al. (2021) yang menunjukkan bahwa rekomendasi positif lebih mungkin muncul ketika pengguna memiliki pengalaman penggunaan yang stabil dan berkelanjutan. Selain itu, Kaur et al. (2020) juga menegaskan bahwa ketika pengguna berhasil melewati hambatan dalam penggunaan teknologi, mereka cenderung lebih bersedia membagikan pengalaman positif kepada lingkungan sosialnya. Dalam konteks layanan kesehatan digital, temuan ini juga konsisten dengan studi yang menunjukkan bahwa *continuance intention* berperan sebagai mekanisme penghubung antara pengalaman penggunaan dan komunikasi sosial berbasis rekomendasi, di mana pengalaman penggunaan yang berkelanjutan mampu memperkuat kepercayaan pengguna dan mendorong terbentuknya komunikasi positif secara sosial (Ray et al., 2022; Migliore et al., 2022).

Pembahasan mengenai *intention to recommend* juga dapat dikaitkan dengan karakteristik responden penelitian ini yang didominasi oleh kelompok berpendapatan menengah (Rp4.000.000–Rp9.000.000 sebesar 69%) serta memiliki tingkat pendidikan relatif tinggi (S1 atau Diploma sebesar 59%). Kelompok dengan karakteristik tersebut umumnya memiliki kecenderungan untuk lebih berhati-hati dalam memberikan rekomendasi, karena rekomendasi sering dipandang sebagai bentuk penilaian rasional yang berkaitan dengan kredibilitas pribadi. Oleh karena itu, rekomendasi tidak mudah muncul hanya karena pengaruh promosi atau kampanye, tetapi lebih mungkin muncul ketika pengguna benar-benar merasa yakin untuk terus menggunakan layanan tersebut.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Substansi penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan penggunaan layanan publik digital, khususnya aplikasi Mobile JKN. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital di sektor pelayanan kesehatan tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis sistem, tetapi juga oleh persepsi nilai, kebiasaan pengguna, serta komitmen penggunaan berkelanjutan. Model penelitian ini diajukan untuk menguji pengaruh *usage barrier*, *value barrier*, dan *traditional barrier* terhadap *continuance intention*, serta menguraikan peran *continuance intention* dalam mendorong *word of mouth* dan *intention to recommend* pada pengguna Mobile JKN. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Pertama, *usage barrier* tidak berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pada penggunaan Mobile JKN. Temuan ini menunjukkan bahwa hambatan operasional dalam penggunaan aplikasi tidak cukup kuat untuk

mempengaruhi niat pengguna dalam melanjutkan penggunaan layanan Mobile JKN. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun pengguna mungkin mengalami kesulitan teknis dalam penggunaan aplikasi, mereka tetap cenderung menggunakan layanan tersebut karena Mobile JKN merupakan layanan publik yang berkaitan dengan kebutuhan administratif kesehatan.

Kedua, *value barrier* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*, namun arah hubungan yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan hubungan positif, sehingga hipotesis yang memprediksi pengaruh negatif tidak didukung oleh hasil penelitian. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi mengenai hambatan nilai tidak secara langsung menurunkan niat pengguna untuk melanjutkan penggunaan aplikasi Mobile JKN. Kondisi ini dapat dipahami karena Mobile JKN merupakan layanan kesehatan publik yang memiliki fungsi administratif penting bagi peserta JKN, sehingga pengguna tetap memiliki kecenderungan untuk melanjutkan penggunaan aplikasi meskipun mereka merasakan adanya keterbatasan nilai dari layanan yang diberikan.

Ketiga, *traditional barrier* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*, namun arah hubungan yang ditemukan juga menunjukkan hubungan positif, sehingga hipotesis yang memprediksi pengaruh negatif tidak didukung oleh hasil penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa preferensi pengguna terhadap mekanisme layanan konvensional tidak serta-merta mengurangi niat mereka untuk terus menggunakan Mobile JKN. Dalam konteks layanan kesehatan publik digital, aplikasi Mobile JKN berfungsi sebagai pelengkap sistem layanan konvensional,

sehingga pengguna tetap bersedia memanfaatkan aplikasi meskipun masih memiliki preferensi terhadap mekanisme layanan lama.

Keempat, *continuance intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna yang memiliki niat untuk terus menggunakan Mobile JKN cenderung menyampaikan pengalaman mereka kepada orang lain serta mendorong penggunaan aplikasi melalui komunikasi informal.

Kelima, *continuance intention* berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap *intention to recommend*. Temuan ini menegaskan bahwa keberlanjutan penggunaan layanan merupakan faktor penting yang mendorong kesediaan pengguna untuk merekomendasikan aplikasi Mobile JKN kepada orang lain.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *continuance intention* memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong perilaku komunikasi dan rekomendasi pengguna terhadap layanan Mobile JKN. Di sisi lain, faktor hambatan inovasi seperti *value barrier* dan *traditional barrier* tidak sepenuhnya menurunkan niat penggunaan sebagaimana diprediksi dalam kerangka *Innovation Resistance Theory*, yang menunjukkan bahwa dalam konteks layanan publik digital, keberlanjutan penggunaan dapat dipengaruhi oleh faktor kebutuhan administratif dan fungsi layanan yang bersifat esensial bagi masyarakat. Oleh karena itu, kebijakan digitalisasi layanan kesehatan perlu diarahkan tidak hanya pada penguatan infrastruktur dan fitur teknis, tetapi juga pada peningkatan nilai manfaat layanan, edukasi pengguna, serta penguatan pengalaman penggunaan agar

Mobile JKN dapat terus berkembang sebagai layanan publik digital yang berkelanjutan dan dipercaya masyarakat.

5.2 Manfaat dan Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan implikasi teoritis dan kebijakan bagi berbagai pihak yang berkepentingan dalam pengembangan layanan publik digital, khususnya di sektor kesehatan. Dari sisi implikasi teoritis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian literatur mengenai *Innovation Resistance Theory* (IRT) dalam konteks layanan publik digital, yang hingga saat ini masih didominasi oleh penelitian pada sektor komersial dan layanan berbasis sukarela. Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak seluruh dimensi hambatan inovasi memiliki pengaruh yang seragam terhadap *continuance intention*, terutama pada layanan digital yang bersifat institusional dan berkaitan dengan kebutuhan administratif seperti Mobile JKN. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks layanan publik digital, keberadaan hambatan inovasi tidak selalu berimplikasi pada penurunan niat penggunaan sebagaimana dijelaskan dalam kerangka teoritis IRT. Dengan demikian, penelitian ini membantu menjelaskan adanya variasi temuan dalam penelitian sebelumnya terkait peran *usage barrier*, *value barrier*, dan *traditional barrier* dalam mempengaruhi keberlanjutan penggunaan layanan digital, serta menegaskan bahwa konteks institusional dan karakter layanan publik turut membentuk perilaku pengguna dalam memanfaatkan inovasi digital.

Sementara itu, implikasi praktis dan kebijakan dari penelitian ini secara langsung relevan bagi penyelenggara layanan kesehatan digital, khususnya BPJS Kesehatan serta pemangku kepentingan terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *usage barrier* tidak berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*, yang mengindikasikan bahwa hambatan teknis atau kesulitan operasional dalam penggunaan aplikasi tidak cukup kuat untuk mempengaruhi keberlanjutan penggunaan Mobile JKN. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengguna tetap memanfaatkan aplikasi tersebut karena layanan yang diberikan berkaitan dengan kebutuhan administratif kesehatan yang penting bagi peserta JKN.

Di sisi lain, *value barrier* dan *traditional barrier* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*, namun arah hubungan yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan hubungan positif. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi hambatan nilai maupun keterikatan terhadap kebiasaan layanan konvensional tidak serta-merta menurunkan niat pengguna untuk terus menggunakan Mobile JKN. Hal ini dapat dipahami karena Mobile JKN merupakan bagian dari sistem layanan kesehatan publik yang memiliki fungsi administratif yang penting, sehingga pengguna tetap memiliki kecenderungan untuk melanjutkan penggunaan aplikasi meskipun mereka masih merasakan adanya keterbatasan nilai atau memiliki preferensi terhadap mekanisme layanan konvensional.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa *continuance intention* memiliki peran strategis dalam mendorong *word of mouth* dan *intention to recommend*. Dalam konteks layanan publik, komunikasi dari mulut ke mulut dan rekomendasi

pengguna berfungsi sebagai mekanisme sosial yang dapat memperkuat legitimasi serta penerimaan layanan digital di masyarakat. Oleh karena itu, dari perspektif kebijakan, upaya peningkatan penggunaan Mobile JKN sebaiknya tidak hanya berfokus pada sosialisasi atau instruksi administratif semata, tetapi juga diarahkan pada peningkatan kualitas pengalaman penggunaan yang berkelanjutan. Ketika pengguna merasakan kemudahan akses serta manfaat nyata dari layanan yang diberikan, mereka cenderung secara sukarela menyampaikan pengalaman tersebut kepada orang lain dan merekomendasikan aplikasi kepada pengguna lain.

Lebih lanjut, implikasi kebijakan dari temuan ini menekankan pentingnya pendekatan yang inklusif dan adaptif dalam proses transformasi digital layanan kesehatan. Meskipun preferensi terhadap mekanisme layanan konvensional masih ditemukan pada sebagian pengguna, aplikasi Mobile JKN tetap dapat diterima sebagai sarana pendukung layanan kesehatan apabila disertai dengan peningkatan kualitas layanan digital, edukasi penggunaan fitur aplikasi, serta integrasi yang baik antara layanan digital dan layanan tatap muka. Pendekatan ini menjadi penting terutama bagi kelompok masyarakat dengan tingkat literasi digital yang beragam, sehingga Mobile JKN tidak hanya berfungsi sebagai alat administratif, tetapi juga dapat diterima secara sosial sebagai bagian dari praktik pelayanan kesehatan sehari-hari.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan manfaat strategis dengan menunjukkan bahwa keberlanjutan layanan publik digital tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan hambatan inovasi, tetapi juga oleh niat pengguna untuk terus

memanfaatkan layanan digital serta pengalaman penggunaan yang dirasakan secara langsung. Oleh karena itu, penyelenggara layanan publik perlu merancang kebijakan digitalisasi yang tidak hanya berorientasi pada efisiensi sistem, tetapi juga pada penciptaan nilai manfaat yang nyata bagi pengguna, peningkatan kualitas pengalaman layanan, serta pembangunan kepercayaan masyarakat terhadap layanan digital. Dengan demikian, Mobile JKN dapat berkembang sebagai layanan kesehatan digital yang berkelanjutan, dipercaya, dan direkomendasikan secara luas oleh masyarakat.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini perlu diperhatikan untuk penyempurnaan penelitian selanjutnya agar pemahaman mengenai keberlanjutan penggunaan layanan kesehatan digital dapat dikaji secara lebih komprehensif, yaitu sebagai berikut.

1. Berdasarkan karakteristik usia responden, sampel penelitian ini masih didominasi oleh responden usia produktif muda. Kondisi ini berpotensi membatasi kemampuan penelitian dalam merepresentasikan persepsi dan perilaku kelompok usia lanjut, yang dalam konteks layanan kesehatan justru merupakan kelompok pengguna penting. Oleh karena itu, penelitian mendatang diharapkan dapat melibatkan distribusi responden yang lebih berimbang antar kelompok usia, khususnya kelompok usia menengah dan lanjut, guna memperoleh gambaran yang lebih representatif terhadap

penggunaan layanan kesehatan digital.

2. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki latar belakang pendidikan dan beraktivitas sebagai pelajar atau mahasiswa. Hal ini menyebabkan variasi karakteristik sosial ekonomi dan pengalaman layanan kesehatan menjadi relatif homogen. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan responden dengan latar belakang pekerjaan yang lebih beragam, seperti pekerja sektor formal, informal, dan kelompok tidak bekerja, sehingga mampu menangkap perbedaan persepsi dan resistensi inovasi berdasarkan kondisi sosial ekonomi pengguna.
3. Penelitian ini secara spesifik berfokus pada Mobile JKN sebagai objek kajian. Dengan demikian, hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara langsung pada layanan kesehatan digital lainnya, baik yang dikelola pemerintah maupun swasta, yang memiliki fitur, tingkat kewajiban penggunaan, serta mekanisme layanan yang berbeda. Selain itu, Mobile JKN merupakan layanan kesehatan digital yang penggunaannya cenderung bersifat wajib bagi peserta BPJS Kesehatan dan tidak memiliki banyak alternatif pengganti yang setara. Kondisi tersebut menyebabkan keputusan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi tidak sepenuhnya didasarkan pada kebebasan memilih, melainkan juga dipengaruhi oleh kebutuhan administratif dan keterikatan terhadap sistem layanan kesehatan nasional. Akibatnya, pengaruh usage barrier, value barrier, dan traditional barrier

dalam penelitian ini dimungkinkan tidak muncul sekuat pada objek layanan digital yang berada dalam pasar yang lebih kompetitif. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan studi komparatif antar platform layanan kesehatan digital maupun pada objek digital lain yang menyediakan lebih banyak pilihan alternatif bagi pengguna guna memperluas generalisasi temuan.

5.4 Saran

Sejalan dengan temuan dan keterbatasan penelitian ini, beberapa saran dapat diajukan untuk penelitian selanjutnya guna memperdalam pemahaman mengenai keberlanjutan penggunaan layanan kesehatan digital, khususnya Mobile JKN. Pertama, penelitian mendatang disarankan untuk mengkaji continuance intention pada berbagai platform layanan kesehatan digital lainnya, baik yang dikelola oleh pemerintah maupun sektor swasta. Pendekatan komparatif antar platform diharapkan mampu mengidentifikasi perbedaan karakteristik layanan, tingkat kewajiban penggunaan, serta faktor resistensi inovasi yang bersifat kontekstual. Selain itu, penelitian selanjutnya juga disarankan meneliti objek layanan digital yang berada pada pasar yang lebih kompetitif atau oligopolistik, yaitu layanan yang menyediakan banyak pilihan alternatif bagi pengguna. Hal ini penting karena pada objek yang bersifat monopoli seperti Mobile JKN, pengguna cenderung tetap menggunakan layanan meskipun menghadapi hambatan karena keterbatasan pilihan pengganti. Sementara itu, pada layanan dengan banyak substitusi, pengaruh usage barrier, value barrier, maupun traditional barrier diperkirakan akan terlihat

lebih nyata terhadap keputusan pengguna untuk melanjutkan atau menghentikan penggunaan.

Kedua, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan analisis dengan melibatkan variasi karakteristik demografis responden secara lebih berimbang, seperti kelompok usia lanjut, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, serta tingkat literasi digital. Pendekatan ini penting untuk memahami bagaimana faktor sosial demografis mempengaruhi usage barrier, value barrier, dan traditional barrier dalam penggunaan layanan kesehatan digital, sehingga temuan yang dihasilkan dapat lebih representatif dan inklusif.

Ketiga, untuk memperoleh hasil yang lebih mendekati kondisi nyata, penelitian di masa mendatang disarankan menggunakan pendekatan longitudinal dengan mengamati perilaku pengguna pada lebih dari satu fase, misalnya fase awal penggunaan aplikasi dan fase penggunaan berkelanjutan setelah periode tertentu. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menangkap dinamika perubahan persepsi, resistensi inovasi, serta niat melanjutkan penggunaan secara lebih akurat, sekaligus memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pembentukan perilaku penggunaan aktual.

Terakhir, penelitian selanjutnya dapat mengkaji secara lebih mendalam peran fitur spesifik dalam layanan kesehatan digital terhadap pengalaman pengguna dan keberlanjutan penggunaan. Misalnya, penelitian mengenai pengaruh fitur notifikasi, integrasi data layanan kesehatan, kemudahan akses informasi kepesertaan, atau dukungan layanan berbasis interaksi digital terhadap persepsi

nilai dan niat penggunaan berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian di masa mendatang tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori, tetapi juga memberikan masukan yang lebih operasional bagi perumusan kebijakan dan pengembangan layanan kesehatan digital yang berorientasi pada kebutuhan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

Akram, U., Junaid, M., Zafar, A. U., Li, Z., & Fan, M. (2024). The role of digital platforms in health service continuance: Integrating expectation–confirmation theory and continuance intention model. *Telematics and Informatics*, 89, 102073.

Alshallaqui, M., Al Halbusi, H., Abbas, M., & Alhaidan, H. (2022). Resistance to innovation in low-income populations: The case of university students' resistance to using digital productivity applications. *Frontiers in Psychology*, 13, 961589.

Babin, B. J., & Zikmund, W. G. (2016). *Exploring marketing research* (11th ed.). Cengage Learning.

Barata, M. L., & Coelho, P. S. (2021). Music streaming services: Understanding the drivers of customer purchase and intention to recommend. *Heliyon*, 7(8), e07829.

Bergmann, M., Maçada, A. C. G., de Oliveira Santini, F., & Rasul, T. (2023). Continuance intention in financial technology: A framework and meta-analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 41(4), 749–786.

Biancone, P., Secinaro, S., Marseglia, R., & Calandra, D. (2023). E-health for the future: Managerial perspectives using a multiple case study approach. *Technovation*, 120, 102406.

Chakraborti, J., Dutta, A., & Jana, B. (2022). An empirical investigation into why startups resist use of digital marketing. *Journal of Content, Community & Communication*, 16, 38–49.

Cham, T. H., Lim, Y. M., Aik, N. C., & Tay, A. G. M. (2022). Antecedents of innovation resistance in mobile health applications: Moderating role of age. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102765.

Chau, H. K. L., Ngo, T. T. A., Bui, C. T., & Tran, N. P. N. (2025). Human-AI interaction in e-commerce: The impact of AI-powered customer service on user experience and decision-making. *Computers in Human Behavior Reports*, 19.

Chen, C., Chang, C., & Hsiao, K. (2022). Exploring the factors of using mobile ticketing applications: Perspectives from innovation resistance theory. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67, 102974.

Chen, S. C., Yen, D. C., & Peng, S. C. (2022). Understanding continuance intention in mobile payment services: A trust-transfer perspective. *International Journal of Information Management*, 62, 102433.

Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295–336). Lawrence Erlbaum Associates.

Cohen, J. (2013). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Routledge.

Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296.

Eriksson, E., Gadolin, C., Lindahl, G., Alexandersson, P., & Eriksson, J. (2021). Public management in turbulent times: COVID-19 as an ecosystem disruptor. *Australian Journal of Public Administration*, 80(4), 732–747.

Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4.

Ferreira, L., Oliveira, T., & Neves, C. (2023). Consumer's intention to use and recommend smart home technologies: The role of environmental awareness. *Energy*, 263, 125814.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.

Gautam, S., Jain, K., & Singh, V. (2021). A study of barriers faced by consumers in using UPI-based apps. In *Advances in Interdisciplinary Research in Engineering and Business Management* (pp. 1–10). Singapore: Springer Nature Singapore.

González-Viralta, D., Veas-González, I., Egaña-Bruna, F., Vidal-Silva, C., Delgado-Bello, C., & Pezoa-Fuentes, C. (2023). Positive effects of green practices on consumer satisfaction, loyalty, word-of-mouth, and willingness to pay. *Heliyon*, 9(10), e20119.

Gross, H. P., Ingerfurth, S., & Willems, J. (2021). Employees as reputation advocates: Dimensions of employee job satisfaction explaining employees' recommendation intention. *Journal of Business Research*, 134, 405–413.

Gupta, A., Dhiman, N., Yousaf, A., & Arora, N. (2021). Social comparison and continuance intention of smart fitness wearables: An extended expectation confirmation theory perspective. *Behaviour & Information Technology*, 40(13), 1341–1354.

Hajiheydari, N., Haghighati, F., & Ashrafi, M. (2021). Resistance in Internet of Medical Things adoption and usage. *Technovation*, 105, 102259.

Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Pearson.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE.

Hakim, A. U., Rustanto, A. E., Bratakusumah, D. S., & Sutawijaya, A. H. (2024). Analisis efektivitas penggunaan aplikasi Mobile JKN sebagai bagian pelayanan publik pada BPJS Kesehatan di Kota Bekasi. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 5(2), 1087–1095.

Hameed, I., Akram, U., Khan, Y., Khan, N. R., & Hameed, I. (2024). Exploring consumer mobile payment innovations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 77, 103687.

Himel, M. T. A., Ashraf, S., Bappy, T. A., Abir, M. T., Morshed, M. K., & Hossain, M. N. (2021). Users' attitude and intention to use mobile financial services in Bangladesh: An empirical study. *South Asian Journal of Marketing*, 2(1), 72–96.

Hossain, Z. (2023). A modified innovation resistance theory approach to e-tourism resistance intention in Bangladesh. *Journal of Technology Management & Innovation*, 18(4), 59–71.

Islam, M. T., Talukder, M. S., Khayer, A., & Islam, A. N. (2023). Exploring continuance usage intention toward open government data technologies. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 53(4), 785–807.

Iyanna, S., Kaur, P., Ractham, P., Talwar, S., & Islam, A. N. (2022). Digital transformation of the healthcare sector: A bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, 153, 150–161.

Jin, S., Jung, H., & Kiatkawsin, K. (2022). Hotel guests' innovation resistance to smart services: An innovation resistance theory perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 51, 334–344.

Jo, H. (2023). Understanding AI tool engagement: A study of ChatGPT usage and word-of-mouth among university students and office workers. *Telematics and Informatics*, 85, 102067.

Ju, Y., & Lee, H. (2021). Factors influencing resistance to mobile health applications: The moderating role of gender. *International Journal of Medical Informatics*, 149, 104430.

Kandasamy, I., Kandasamy, W. B. V., Obbineni, J. M., & Smarandache, F. (2020). Indeterminate Likert scale: Feedback based on neutrosophy, its distance measures and clustering algorithm. *Soft Computing*, 24(10), 7459–7468.

Kaur, P., Dhir, A., Singh, N., Sahu, G., & Almotairi, M. (2020). An innovation resistance theory perspective on mobile payment solutions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102059.

Kaur, P., Talwar, S., Ractham, P., & Dhir, A. (2021). Barriers to the adoption of telemedicine during COVID-19: A combined technology acceptance and health belief perspective. *Journal of Business Research*, 135, 150–161.

Khanra, S., Dhir, A., Kaur, P., & Joseph, R. P. (2021). Factors influencing the adoption postponement of mobile payment services in the hospitality sector during a pandemic. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 26–39.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisoner Penelitian

KUISONER PENELITIAN

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Sdr/I

Di tempat

Assalamualaikum Wr.Wb, Perkenalkan saya Muhammad Ramadhani Jatmika, mahasiswa Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul: "Pengaruh Innovation Resistance Theory (IRT) terhadap Word of Mouth dan Intention to Recommend dengan Continuance Intention sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Mobile JKN".

Penelitian ini bertujuan untuk memahami hambatan yang dialami pengguna dalam memanfaatkan aplikasi Mobile JKN serta mengungkap bagaimana niat berkelanjutan dalam penggunaan aplikasi dapat mendorong promosi sukarela melalui WOM dan intention to recommend.

Sehubungan dengan itu, saya memohon kesediaan Saudara/i yang khususnya pengguna aplikasi Mobile JKN dalam kehidupan sehari-hari untuk meluangkan waktu mengisi kuisoner ini. Seluruh informasi yang diberikan akan digunakan hanya untuk keperluan akademis, dan dijamin kerahasiaanya.

Atas perhatian dan partisipasi Saudara/i, saya ucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya,

Muhammad Ramadhani Jatmika

: 23911069@students.uii.ac.id

BAGIAN A. Karakteristik Responden

Petunjuk: Pilihlah satu jawaban yang telah disediakan atas pertanyaan berikut:

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1.	Saya Menggunakan aplikasi mobile JKN:	1. ☐ Iya 2. ☐ Tidak
2.	Nama Responden:	
3.	Nomor HP Responden:	
4.	Jenis Kelamin Responden:	1. ☐ Laki-laki 2. ☐ Perempuan
5.	Domisili Respondent saat ini:	1. ☐ Yogyakarta 2. ☐ Bandung 3. ☐ Jakarta 4. ☐ Surabaya 5. ☐ Semarang 6. ☐ Medan 7. Lainnya: _____
6.	Pendidikan Terakhir Responden:	1. ☐ SD atau Sederajat 2. ☐ SMP atau Sederajat 3. ☐ SMA atau Sederajat 4. ☐ S1 atau Diploma 5. ☐ S2 atau Magister 6. ☐ S3 atau Doktor
7.	Pekerjaan Responden:	1. ☐ Karyawan Swasta 2. ☐ Mahasiswa / Pelajar 3. ☐ Pengusaha 4. ☐ PNS/POLRI/TNI/BUMN 5. ☐ Ibu Rumah Tangga 6. ☐ Lainnya: _____
8.	Pendapatan Perbulan Responden:	1. ☐ < Rp.3.000.000 2. ☐ Rp 4.000.000 - 9.000.000 3. ☐ Rp 10.000.000 - 15.000.000 4. ☐ Rp > 15.000.000
9.	Usia Responden:	1. ☐ 17 - 22 Tahun 2. ☐ 23 - 28 Tahun 3. ☐ 28 - 33 Tahun 4. ☐ 34 - 39 Tahun 5. ☐ > 40 Tahun
10.	Alasan Penggunaan Aplikasi mobile JKN:	1. ☐ Pendaftaran Online 2. ☐ Perubahan Data Peserta 3. ☐ Pembayaran Iuran

		4. ☐ Mencari Informasi Fasilitas Kesehatan Terdekat 5. ☐ Konsultasi Online 6. Cek Status Kepesertaan 7. Lainnya _____
11.	Seberapa Sering Anda Menggunakan Aplikasi Mobile JKN:	1. ☐ 1-3 Kali dalam Seminggu 2. ☐ 4-6 kali dalam seminggu 3. ☐ 7-9 kali dalam seminggu

BAGIAN B. Petunjuk Pengisian

Responden dapat memberikan jawaban dengan memilih salah satu pada pilihan jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan.

1)Sangat tidak setuju (STS)

2)Tidak Setuju (TS)

3)Kurang Setuju (KS)

4)Agak Setuju (AS)

5)Setuju (S)

6)Sangat Setuju (SS)

Usage Barrier

No	Item Pertanyaan	STS	TS	KS	AS	S	SS
1.	Menurut saya aplikasi mobile JKN sulit digunakan						
2.	Menurut saya aplikasi mobile JKN membingungkan						
3.	Menurut						

	saya aplikasi mobile JKN tidak berfungsi dengan baik						
--	--	--	--	--	--	--	--

Value Barrier

No	Item Pertanyaan	STS	TS	KS	AS	S	SS
1.	Menurut saya aplikasi mobile JKN tidak memberikan manfaat yang saya cari						
2.	Menurut saya aplikasi mobile JKN tidak memberikan kualitas pelayanan yang baik						

Traditional Barrier

No	Item Pertanya an	STS	TS	KS	AS	S	SS
1.	Saya mengala mi kesulitan dalam menghub ungi layanan pelangga n mobile JKN						
2.	Saya merasa kesulitan mendapat kan informasi cara pengguna an fitur dalam aplikasi mobile JKN						
3.	Saya merasa penyedia layanan mobile JKN tidak menyeles aikan masalah dengan baik						

Continuance Intention

No	Item Pertanya an	STS	TS	KS	AS	S	SS
1.	Saya berniat untuk terus menggun akan layanan mobile JKN di masa depan						
2.	Menggun akan layanan mobile JKN sudah menjadi bagian dari rutinitas saya sehari- hari						
3.	Saya bersedia merekom endasikan layanan mobile JKN kepada teman dan keluarga						

Word of Mouth

No	Item Pertanyaan	STS	TS	KS	AS	S	SS
1.	Saya akan mendorong orang lain untuk menggunakan layanan mobile JKN						
2.	Saya merasa puas sehingga ingin menyebarkan opini positif tentang layanan mobile JKN						

Intention to Recommend

No	Item	STS	TS	KS	AS	S	SS
----	------	-----	----	----	----	---	----

	Pertanyaan						
1.	Saya merasa puas sehingga berniat membagikan hal-hal baik mengenai layanan mobile JKN						
2.	Saya ingin orang lain juga mencoba layanan mobile JKN karena percaya pada pelayanannya						
3.	Saya berniat menyarankan orang lain untuk terus menggunakan layanan mobile JKN dalam jangka panjang						

Lampiran 2: 50 Uji Data Instrument

4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	2	3
5	3	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	6	5	6	4	5	6	5	3	3	3	3	4	3	3	3
6	6	6	6	6	6	6	6	3	3	3	3	3	3	3	3
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4
6	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6	5	6	5	5	5
6	5	5	4	5	6	5	5	6	5	5	6	4	5	3	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
6	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6	5	6	5	6	5
5	6	6	5	6	5	6	6	5	6	6	6	5	6	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3
4	3	3	5	5	4	3	3	4	3	3	5	5	5	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	6	4	5	4	4	5	4	5	4	6	4	4
4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	4	3	3	5	4	3
5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3
4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	2	4
5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5
5	6	5	5	5	5	6	5	5	6	5	4	5	5	6	5
5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4
3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3
4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	1	3
5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4

3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4
5	6	5	5	6	5	6	5	5	6	5	5	5	6	4	5
4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3
3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2
4	5	5	5	5	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	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4
5	6	5	4	5	5	6	5	5	6	5	5	4	5	5	5
3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	4	5
2	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	1
5	4	6	5	6	5	4	6	5	4	6	6	5	6	4	6
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5
5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	6	6	4	4	4	4	4	4	4	6	6	4	5
6	5	5	6	6	6	5	5	6	5	5	5	6	6	5	6
6	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6	5	6	5	5	6

Lampiran 3: Uji Validitas dan Reliabilitas Data Instrument

Uji Validitas

Nilai r

R hitung > r tabel (Valid)

Nilai sig

Nilai sig < 0,05 (Valid)

IBM SPSS Statistics Processor is ready Unicode:ON Classic H: 1074. W: 1346 pt.

Item Pertanyaan	R Hitung	R Table $\alpha = 0,05$	Keterangan
Usage Barrier			
UB 1	0,886**	0,279	VALID
UB 2	0,894**	0,279	VALID
UB 3	0,941**	0,279	VALID
Value Barrier			
VB 1	0,838**	0,279	VALID
VB 2	0,818**	0,279	VALID
Traditional Barrier			
TB 1	0,886**	0,279	VALID
TB 2	0,894**	0,279	VALID
TB 3	0,941**	0,279	VALID
Continuance Intention			
CI 1	0,886**	0,279	VALID
CI 2	0,894**	0,279	VALID
CI 3	0,941**	0,279	VALID
Word of Mouth			
WoF 1	0,847**	0,279	VALID
WoF 2	0,838**	0,279	VALID
Intention to Recommend			

ItR 1	0,818**	0,279	VALID
ItR 2	0,803**	0,279	VALID
ItR 3	0,862**	0,279	VALID

UJI REALIBILITAS

Hasil Uji Reliabilitas Usage Barrier

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.915	3

Hasil Uji Reliabilitas Value Barrier

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.832	2

Hasil Uji Reliabilitas Traditional Barrier

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.915	3

Hasil Uji Reliabilitas Continuance Intention

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.915	3

Hasil Uji Reliabilitas Word of Mouth

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.833	2

Hasil Uji Reliabilitas Intention to Recommend

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.837	3

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
UB	0,915	0,6	RELIABEL
VB	0,832	0,6	RELIABEL
TB	0,915	0,6	RELIABEL
CI	0,915	0,6	RELIABEL
WoF	0,833	0,6	RELIABEL
ItR	0,837	0,6	RELIABEL

Lampiran 4 : Analisis Deskriptif

Jenis Kelamin	Domisili Asal	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Jumlah Pendapatan / Uang Saku	Usia
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	17 - 22 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Bandung	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	17 - 22 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	17 - 22 Tahun

Perempuan	Yogyakarta	SMP atau sederajat	Ibu rumah tangga	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Surabaya	S2 atau Master	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Ibu rumah tangga	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S2 atau Master	Pengusaha	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	< Rp. 3.000.000	17 - 22 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Ibu rumah tangga	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Bandung	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	23 - 28 Tahun

Perempuan	Yogyakarta	S2 atau Master	PNS/POLRI/TNI/BUM N	> Rp. 15.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Jakarta	S2 atau Master	Pengusaha	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Bandung	SMA atau sederajat	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Surabaya	S2 atau Master	Ibu rumah tangga	< Rp. 3.000.000	34 - 39 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Semarang	S1 atau Diploma	Ibu rumah tangga	< Rp. 3.000.000	> 40 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Ibu rumah tangga	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun

Laki-laki	Medan	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	< Rp. 3.000.000	17 - 22 Tahun
Laki-laki	Jakarta	S2 atau Master	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Bandung	SMA atau sederajat	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Bandung	SMA atau sederajat	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S2 atau Master	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Ibu rumah tangga	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S3 atau Doktor	Pengusaha	> Rp. 15.000.000	34 - 39 Tahun

Laki-laki	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Mahasiswa/Pelajar	< Rp. 3.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Wonosobo	S1 atau Diploma	-	< Rp. 3.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	17 - 22 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Pengusaha	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	23 - 28 Tahun

Laki-laki	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	34 - 39 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Bandung	SMA atau sederajat	Ibu rumah tangga	< Rp. 3.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	SMP atau sederajat	Karyawan swasta	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun

Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Karyawan swasta	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	SMP atau sederajat	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Bandung	SMA atau sederajat	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Ibu rumah tangga	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	17 - 22 Tahun
Perempuan	Bandung	SMA atau sederajat	Ibu rumah tangga	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun

Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	17 - 22 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Bandung	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	17 - 22 Tahun
Laki-laki	Semarang	SMA atau sederajat	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Ibu rumah tangga	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Bandung	SMA atau sederajat	Ibu rumah tangga	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Medan	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun

Laki-laki	Surabaya	SMP atau sederajat	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Jakarta	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	17 - 22 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Ibu rumah tangga	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Bandung	SMA atau sederajat	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Pengusaha	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun

Laki-laki	Bandung	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	17 - 22 Tahun
Laki-laki	Bandung	SMA atau sederajat	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	17 - 22 Tahun
Perempuan	Jakarta	SMA atau sederajat	Pengusaha	> Rp. 15.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Ibu rumah tangga	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun

Laki-laki	Surabaya	S2 atau Master	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	34 - 39 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S3 atau Doktor	Karyawan swasta	> Rp. 15.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S2 atau Master	PNS/POLRI/TNI/BUM N	> Rp. 15.000.000	> 40 Tahun

Perempuan	Yogyakarta	S2 atau Master	Pensiun guru	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S3 atau Doktor	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Ibu rumah tangga	< Rp. 3.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Ibu rumah tangga	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	34 - 39 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	> Rp. 15.000.000	> 40 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	SMA atau sederajat	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun

Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	34 - 39 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S2 atau Master	Pensiunan	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S2 atau Master	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	SD atau sederajat	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	34 - 39 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun

Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUMN	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Ibu rumah tangga	< Rp. 3.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUMN	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S2 atau Master	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUMN	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Dokter	> Rp. 15.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA sederajat atau	Mahasiswa/Pelajar	< Rp. 3.000.000	17 - 22 Tahun

Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Magelang	S2 atau Master	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Surabaya	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	> 40 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Laki-laki	Solo	S2 atau Master	PNS/POLRI/TNI/BUM N	> Rp. 15.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S2 atau Master	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	34 - 39 Tahun

Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	> 40 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S2 atau Master	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Guru swasta	< Rp. 3.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Semarang	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	> Rp. 15.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Surakarta	S1 atau Diploma	Ibu rumah tangga	< Rp. 3.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Purwokerto	S2 atau Master	Ibu rumah tangga	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	34 - 39 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	SMA atau sederajat	Ibu rumah tangga	< Rp. 3.000.000	> 40 Tahun

Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	34 - 39 Tahun
Laki-laki	Jakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	34 - 39 Tahun
Laki-laki	Surabaya	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	34 - 39 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun

Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Semarang	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Surabaya	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun

Perempuan	Bandung	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Semarang	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S2 atau Master	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Semarang	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S2 atau Master	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun

Laki-laki	Yogyakarta	S2 atau Master	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S2 atau Master	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Surabaya	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Surabaya	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	34 - 39 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun

Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Jakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Bandung	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	34 - 39 Tahun
Laki-laki	Semarang	S2 atau Master	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	34 - 39 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S2 atau Master	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Jakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun

Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Bandung	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	34 - 39 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S2 atau Master	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Jakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Laki-laki	Jakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	34 - 39 Tahun

Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 10.000.000 - 15.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	34 - 39 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Pengusaha	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Jakarta	S1 atau Diploma	PNS/POLRI/TNI/BUM N	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S2 atau Master	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun

Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	23 - 28 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	> 40 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	34 - 39 Tahun

Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Ibu rumah tangga	< Rp. 3.000.000	> 40 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S2 atau Master	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	Rp. 4.000.000 - 9.000.000	28 - 33 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	28 - 33 Tahun
Perempuan	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	34 - 39 Tahun
Laki-laki	Yogyakarta	S1 atau Diploma	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	28 - 33 Tahun

Laki-laki	Yogyakarta	S1 Diploma atau	Karyawan swasta	< Rp. 3.000.000	34 - 39 Tahun
-----------	------------	--------------------	-----------------	-----------------	---------------

Lampiran 5 : 200 Data Instrumen

UB1	UB2	UB3	VB1	VB2	TB1	TB2	TB3	CI1	CI2	CI3	WO M1	WO M2	ITR 1	ITR 2	ITR 3
4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	3	4
5	3	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	6	5	6	4	5	6	5	3	3	3	3	4	3	3	4
6	6	6	6	6	6	6	6	3	3	3	3	3	3	3	6
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6

4	5	4	4	6	4	5	4	4	5	4	5	4	6	5	6
4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	4	3	3	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	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	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3
5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
5	6	5	5	5	5	6	5	5	6	5	4	5	5	6	5
5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5
3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2
4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3

5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	6	5	5	6	5	6	5	5	6	5	5	5	6	6	6
4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3
4	5	5	5	5	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	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
5	6	5	4	5	5	6	5	5	6	5	5	4	5	6	5
3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6
5	4	6	5	6	5	4	6	5	4	6	6	5	6	4	6
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4
5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	6	6	4	4	4	4	4	4	4	4	6	6	4
6	5	5	6	6	6	5	5	6	5	5	5	5	6	6	5
6	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6	5	6	5	5	5
4	4	5	6	6	4	4	4	4	4	5	5	5	6	6	6

4	5	3	3	3	5	5	5	3	3	3	3	2	3	3	4
5	5	6	2	2	4	4	4	3	4	3	2	2	3	4	4
5	4	4	6	4	4	5	4	5	4	4	5	6	4	4	4
5	5	6	4	3	4	5	5	2	3	3	4	4	3	3	2
5	4	6	5	4	4	4	3	3	4	5	3	3	5	5	5
4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4	2	3
5	6	5	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	5	5
4	3	3	5	5	3	3	3	4	4	5	5	4	3	4	4
4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	6	4	3	3	3
3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	3	4	4	3	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	6

4	4	4	3	5	5	5	6	5	6	5	6	6	3	5	5
3	5	4	5	4	2	2	4	4	4	4	5	5	4	3	5
5	6	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	6	6	6
3	3	3	5	6	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5
5	6	4	4	4	6	5	6	3	3	4	4	5	6	5	5
4	4	3	4	5	4	5	4	5	3	3	3	3	4	2	5
4	3	3	5	6	5	5	5	5	3	4	5	4	5	6	5
6	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	4	4	4	5
5	4	6	4	5	6	6	6	4	5	5	6	6	5	5	6
5	5	5	5	5	3	2	3	2	2	2	4	4	3	4	3
6	5	4	6	5	5	5	6	3	4	4	6	5	5	4	4

4	4	5	5	5	6	6	6	6	4	6	3	4	5	5	6
6	6	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	6	5	5
3	4	4	2	3	3	2	4	3	4	3	4	4	4	2	3
5	5	5	3	3	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	6
5	5	4	5	5	5	6	6	5	5	4	4	5	6	6	5
4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	2	4
2	3	3	4	4	4	5	6	4	5	5	6	6	6	6	6
6	6	6	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	3	4	4
6	6	6	3	4	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	4
3	3	3	4	3	6	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5
4	3	4	5	5	2	3	2	5	4	4	5	4	6	5	5

5	5	5	6	5	6	5	5	4	5	4	4	4	5	6	6
5	6	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
6	5	6	6	5	4	6	6	3	4	5	5	5	6	4	5
4	5	5	6	5	6	4	6	5	3	5	3	4	4	5	5
4	5	4	5	6	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3
4	4	5	3	3	5	4	5	3	3	4	6	6	4	4	5
5	5	5	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4
3	5	5	3	3	5	5	6	4	4	4	3	3	5	5	5
4	4	4	6	6	5	6	6	5	4	4	2	4	4	4	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	4	3	5

3	2	2	6	5	5	6	6	5	6	6	4	4	5	6	6
6	4	5	5	6	4	5	4	3	4	3	4	4	5	5	4
3	3	3	6	5	5	5	4	5	3	5	6	5	5	5	5
4	5	4	5	5	3	3	3	5	5	3	4	5	4	4	4
5	6	5	4	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5
5	5	6	5	5	5	5	5	5	6	5	4	5	5	4	4
6	3	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5
4	4	5	6	6	5	5	5	5	3	3	4	5	5	3	5
4	3	4	4	5	4	4	3	2	2	3	5	4	4	4	4
6	6	6	5	4	4	4	4	3	4	5	4	3	5	5	5
5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	6	5	5	5

4	4	4	4	4	6	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4
5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4
4	5	4	3	4	2	4	4	3	3	3	4	5	4	3	5
6	5	6	5	5	2	2	2	3	4	3	4	4	4	3	4
4	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4
5	5	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	5
2	2	3	6	6	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	5
6	6	6	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	3	3	5	4	5	4	5	3	3	4	4	5	3	4	4
4	4	4	2	3	2	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5
5	6	5	3	3	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4

5	4	4	5	6	5	4	5	5	6	5	5	5	4	3	4
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	2	3
2	3	3	5	5	4	3	3	4	4	5	4	5	4	5	5
6	6	5	5	5	5	5	4	4	4	2	5	5	3	4	5
5	4	6	2	2	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3	3
2	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3
6	6	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4
6	4	5	6	6	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	5
4	4	4	4	5	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	4
5	6	6	5	6	4	4	4	3	3	4	5	5	4	5	5
3	3	3	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5

5	6	5	2	3	6	6	6	4	4	5	3	5	4	3	4
4	4	5	6	5	4	4	3	5	4	4	3	2	3	2	3
3	3	3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	6	4	4
5	5	4	4	5	3	4	4	3	4	6	5	6	4	4	5
4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5
6	3	6	3	2	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4
5	5	5	3	5	3	4	3	3	3	4	5	4	5	4	5
6	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4
6	5	6	3	4	4	3	3	3	3	5	4	3	2	3	3
4	4	3	5	5	2	3	2	4	4	4	2	2	3	4	3
3	2	2	5	6	6	6	6	3	3	5	5	5	3	5	5

3	3	2	2	3	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4
3	4	4	6	6	6	6	6	3	3	5	3	4	4	5	4
4	4	4	3	5	3	4	3	5	3	3	3	4	3	4	4
3	2	4	6	6	6	5	4	4	3	5	4	5	3	4	5
6	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	6
4	4	6	3	4	5	6	5	5	4	6	5	5	5	5	5
5	3	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4
4	5	5	6	6	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5
5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	5	5
5	5	4	5	4	6	6	3	3	3	4	3	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	3	6	5	5	5	5

6	5	4	5	5	5	5	5	3	3	4	5	3	4	3	3
5	5	5	5	4	5	6	5	2	4	3	2	3	4	5	3
4	3	5	3	4	3	5	4	5	4	3	3	4	2	4	2
4	3	4	4	2	4	3	3	5	6	5	3	3	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3
4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	5	3	5	5	4
5	5	4	3	4	6	5	5	4	5	3	4	5	3	4	3
5	5	6	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	3	3	3
5	6	5	5	5	5	6	5	3	4	4	4	3	4	3	3
3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3
5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	3

4	3	3	6	6	4	5	6	3	5	4	6	6	6	6	6
5	5	4	3	3	3	2	4	4	4	3	3	2	5	4	4
4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	3	4	3
4	5	4	5	6	4	3	4	5	4	5	6	5	3	5	3
6	6	6	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4
2	3	3	5	5	3	4	2	4	3	4	3	4	4	4	5
5	5	6	3	3	4	3	3	5	4	4	5	5	4	3	3
3	3	3	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	3	4	3
4	4	4	4	5	6	6	6	3	3	3	5	6	5	4	4
4	5	3	3	2	3	3	3	4	5	5	2	3	3	2	3
5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	2	3	3

3	3	3	4	5	5	6	5	5	3	4	4	4	4	4	4
5	6	5	5	4	5	4	4	4	2	4	4	3	4	5	4
3	4	3	5	4	5	6	5	4	4	4	5	5	4	2	3
5	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	5	4
4	6	6	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4
5	6	5	4	5	5	6	5	4	4	5	4	4	5	5	3
2	3	3	5	5	5	4	6	4	3	4	5	5	5	6	5
6	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4
6	5	6	4	4	2	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4
4	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	5	5	2	3	3
3	3	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	5	5	5

3	3	4	6	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5
4	4	3	6	6	4	4	4	6	5	5	5	5	4	5	3
5	5	5	5	5	4	5	6	5	4	3	4	5	4	5	4
6	6	6	3	5	6	4	5	5	4	3	4	4	3	3	4
4	5	4	5	4	5	5	5	3	4	3	5	5	4	4	5
3	2	4	4	4	3	3	4	5	4	5	2	4	3	4	2
4	5	3	2	3	4	6	4	4	5	4	5	3	5	4	4
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	3	3
4	4	5	5	4	3	4	3	5	4	4	3	3	5	4	5
3	2	2	5	4	5	5	4	5	4	6	5	5	5	3	3
6	6	6	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	3	4

4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4
4	4	4	4	4	6	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4
5	5	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	5
6	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	5	4	4	4
4	5	5	5	5	6	6	6	5	4	5	4	4	3	4	2
5	5	5	6	6	6	5	5	4	5	6	4	3	3	5	4
4	4	4	4	4	6	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4

Lampiran 6 : Perhitungan Variabel

Tanggapan Responden Pada <i>Usage Barrier</i>			
Kode	Item Pertanyaan	Mean	Keterangan
UB 1	Menurut saya aplikasi mobile JKN sulit digunakan	4.48	Setuju
UB 2	Menurut saya aplikasi mobile JKN membingungkan	4.41	Setuju
UB 3	Menurut saya aplikasi mobile JKN tidak berfungsi dengan baik	4.4	Setuju
Rata-rata Total		4.43	Setuju
Tanggapan Responden Pada <i>Value Barrier</i>			
Kode	Item Pertanyaan	Mean	Keterangan
VB1	Menurut saya aplikasi mobile JKN tidak memberikan	4.42	Setuju

	manfaat yang saya cari		
VB2	Menurut saya aplikasi mobile JKN tidak memberikan kualitas pelayanan yang baik	4.47	Setuju
Rata-rata Total		4.45	Setuju
Tanggapan Responden Pada <i>Traditional Barrier</i>			
Kode	Item Pertanyaan	Mean	Keterangan
TB1	Saya mengalami kesulitan dalam menghubungi layanan pelanggan mobile JKN	4.45	Setuju
TB2	Saya merasa kesulitan mendapatkan informasi cara penggunaan fitur dalam aplikasi mobile JKN	4.39	Setuju
TB3	Saya merasa penyedia layanan mobile JKN tidak menyelesaikan masalah	4.39	Setuju

	dengan baik		
Rata-rata Total		4.4	Setuju
Tanggapan Respon			
Continuance			
Intention			
Kode	Item Pertanyaan	Mean	Keterangan
CI1	Saya berniat untuk terus menggunakan layanan mobile JKN di masa depan	4.13	Agak Setuju
CI2	Menggunakan layanan mobile JKN sudah menjadi bagian dari rutinitas saya sehari-hari	4.02	Agak Setuju
CI3	Saya bersedia merekomendasikan layanan mobile JKN kepada teman dan keluarga	4.14	Agak Setuju
Rata-rata Total		4.09	Agak Setuju
Tanggapan Responden Pada			
Word of Mouth			

Kode	Item Pertanyaan	Mean	Keterangan
WOM1	Saya akan mendorong orang lain untuk menggunakan layanan mobile JKN	4.25	Agak Setuju
WOM2	Saya merasa puas sehingga ingin menyebarkan opini positif tentang layanan mobile JKN	4.28	Agak Setuju
Rata-rata Total		4.26	Agak Setuju
Tanggapan Responden Pada <i>Intention to Recommend</i>			
Kode	Item Pertanyaan	Mean	Keterangan
ITR1	Saya merasa puas sehingga berniat membagikan hal-hal baik mengenai layanan mobile JKN	4.26	Agak Setuju
ITR2	Saya ingin orang lain juga mencoba layanan mobile JKN karena percaya pada pelayanannya	4.18	Agak setuju

ITR3	Saya berniat menyarankan orang lain untuk terus menggunakan layanan mobile JKN dalam jangka panjang	4.35	Setuju
Rata-rata Total		4.26	Agak Setuju

Lampiran 7 : Uji Validitas dan Reliabilitas 200 Instrument

	Variabel Penelitian					
	UB	VB	TB	CI	WOM	ITR
UB1	0.886					
UB2	0.861					
UB3	0.904					
VB1		0.912				
VB2		0.936				
TB1			0.864			
TB2			0.886			
TB3			0.911			
CI1				0.785		
CI2				0.846		

CI3				0.862		
WOM1					0.881	
WOM2					0.927	
ITR1						0.875
ITR2						0.858
ITR3						0.860

Variabel	Cronbanch's Alpha	<i>Composite Reliability (CR)</i>
<i>Usage Barrier</i>	0.860	0.914
<i>Value Barrier</i>	0.830	0.921
<i>Traditional Barrier</i>	0.865	0.917
<i>Intention</i>	0.780	0.870
<i>Word of Mouth</i>	0.780	0.900
<i>Intention to Recommend</i>	0.831	0.899

Lampiran 8 : Uji Kolinearitas

Hasil Uji Kolinearitas

	UB	VB	TB	CI	WOM	ITR
UB				1.082		
VB				1.163		

TB				1.242		
CI					1.000	1.000
WOM						
ITR						

Lampiran 9 : Hasil Uji Koefisien Jalur

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur (β)	Keterangan
<i>Usage Barrier → Continuance IntentionIntention</i>	0.129	Positif
<i>Value Barrier → Continuance IntentionIntention</i>	0.200	Positif
<i>Traditional Barrier → Continuance IntentionIntention</i>	0.275	Positif
<i>Continuance Intention → Word of Mouth</i>	0.440	Positif
<i>Continuance Intention → Intention to Recommend</i>	0.510	Positif

Lampiran 10: Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square</i>
<i>Continuance Intention</i>	0.199	0.186
<i>Word of Mouth</i>	0.194	0.257
<i>Intention to Recommend</i>	0.261	0.190

Lampiran 11: Hasil Uji Q-Square

Variabel	<i>Q-Square</i>
<i>Continuance Intention</i>	0.163
<i>Word of Mouth</i>	0.102
<i>Intention to Recommend</i>	0.170

Lampiran 12: Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Hypotesis	Path	Koefisien Jalur (β)	p-value	Support
H1	UB → CI	0.129	0.060	NO
H2	VB → CI	0.200	0.006	NO

H3	TB → CI	0.275	0.000	NO
H4	CI → WOM	0.440	0.000	YES
H5	CI → ITR	0.510	0.000	YES

Sumber : Data Primer 2026