

**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*  
TERHADAP NIAT PAKAI ULANG PADA APLIKASI  
HALODOC**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Manajemen

**Oleh :  
Angela Celine Meitania  
2016120019**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018  
BANDUNG  
2021**

# **ANALYSIS THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY ON REUSE INTENTION IN HALODOC APPLICATION**



## **UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's  
Degree in Management

**By :**  
**Angela Celine Meitania**  
**2016120019**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**  
**FACULTY OF ECONOMICS**  
**PROGRAM IN MANAGEMENT**  
**Accredited by National Accreditation Agency**  
**No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018**  
**BANDUNG**  
**2021**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY***  
**TERHADAP NIAT PAKAI ULANG PADA APLIKASI**  
**HALODOC**

Oleh :

Angela Celine Meitania

2016120019

Bandung, Februari 2021

Ketua Program Studi S1 Manajemen

  
Dr. Istiharini, CMA.

  
Pembimbing,

Dr. Istiharini, CMA.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Angela Celine Meitania  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 02 Mei 1998  
NPM : 2016120019  
Program studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP NIAT PAKAI ULANG PADA APLIKASI HALODOC

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Dr. Istiharini, CMA.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.  
Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam  
Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 2 Februari 2021

Pembuat pernyataan :



( Angela Celine Meitania )

## Abstrak

Perkembangan zaman yang terjadi sekarang ini begitu pesat bersamaan dengan pertumbuhan teknologi dan informasi. Semakin pesatnya pertumbuhan teknologi, berdampak pada timbulnya berbagai aplikasi yang disediakan perusahaan untuk memudahkan pengguna dalam memenuhi kebutuhan hidup. Hal tersebut menjadi gaya hidup baru dimana dulunya harus berkunjung ke toko fisik untuk mendapatkan sesuatu, sekarang ini cukup membuka aplikasi pada *smartphone* dan memilih aplikasi apa yang dibutuhkan untuk mendapatkan hal yang dibutuhkan dimana semua hal tersebut dilakukan secara *online*. Aplikasi yang dibuat oleh perusahaan tentunya memiliki tujuan untuk mempermudah berinteraksi dengan konsumen atau pengguna, serta memberikan kemudahan bagi konsumen atau pengguna dalam mencari kebutuhan-kebutuhan mereka dalam menunjang kehidupan sehari-hari.

Halodoc merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan dengan menyediakan aplikasi dimana konsultasi dan pembelian obat bisa dilakukan melalui aplikasinya, tidak hanya 2 hal tersebut Halodoc juga menyediakan fasilitas cek lab dan buat janji dengan rumah sakit, dimana semua fasilitas tersebut dapat dilakukan secara *online* melalui aplikasi Halodoc. Halodoc tentunya sudah banyak mengalami suka duka dalam membangun bisnis ini, mulai dari susahnyanya mengumpulkan kepercayaan konsumen atau rekan hingga banyak pesaing baru dengan aplikasi sejenis yang bermunculan. Untuk melalui semua hambatan tersebut tentunya Halodoc harus mampu meningkatkan kualitas layanannya terutama dalam *e-service quality*, namun hingga saat ini masih saja ditemukan keluhan mengenai *e-service quality* Halodoc dari konsumen setelah menggunakan aplikasi tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *e-service quality* yang ada pada aplikasi Halodoc berpengaruh terhadap niat pakai ulang konsumen atau pengguna aplikasi tersebut.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda untuk melihat pengaruh dari *e-service quality* terhadap niat pakai ulang konsumen. Metode sampling yang digunakan adalah *judgement sampling* karena peneliti ingin mengetahui *e-service quality* Halodoc dari konsumen atau pengguna yang telah menggunakan aplikasi tersebut terhadap niat pakai ulangnya. Jumlah responden adalah 105 orang.

Hasil dari regresi ini memperlihatkan bahwa dari kelima dimensi *e-service quality* (kemudahan pengguna, jaminan keamanan, *responsiveness*, personalisasi, dan *reliability/fulfilment*) yang diobservasi oleh peneliti pada aplikasi Halodoc, hanya 1 (satu) dimensi saja yang berpengaruh terhadap niat pakai ulang yaitu personalisasi. Hasil tersebut pun menunjukkan bahwa masih diperlukan peningkatan pada *e-service quality* Halodoc untuk dapat membuat pengguna mau melakukan pemakaian ulang. Berdasarkan hasil penelitian, *e-service quality* yang diberikan aplikasi Halodoc dimensi personalisasi berpengaruh sebesar 30,9% terhadap niat pakai ulang konsumen atau pengguna.

**Kata Kunci** : *e-service quality*, niat pakai ulang

## **Abstract**

*The times that are happening nowadays are so fast, together with the growth of technology and information. The rapid growth of technology has an impact on the emergence of various applications provided by companies to make it easier for users to meet their daily needs. This has become a new lifestyle where in the past you had to visit a physical store to get something, now it is enough to open the application on a smartphone and choose what application is needed to get the things you need where all these things are done online. Applications made by the company certainly have the aim of making it easier to interact with consumers or users, as well as making it easy for consumers or users to find their needs in supporting their daily life.*

*Halodoc is a company engaged in the health sector by providing an application where consultation and drug purchase can be done through its application, not only for these 2 things Halodoc also provides lab check facilities and makes appointments with hospitals, where all of these facilities can be done online via Halodoc application. Halodoc, of course, has experienced many ups and downs in building this business, from the difficulty of gathering the trust of consumers or colleagues to many new competitors with similar applications that have sprung up. To get through all these obstacles, of course Halodoc must be able to improve the quality of its services, especially in e-service quality, but until now there are still complaints about Halodoc's e-service quality from consumers after using the application. The purpose of this research was to determine whether the e-service quality in the Halodoc application has an effect on the intention to reuse consumers or the application users.*

*The research method used in this study is multiple linear regression analysis to see the effect of e-service quality on consumer reuse intentions. The sampling method used is judgment sampling because the researcher wants to know the Halodoc e-service quality from consumers or users who have used the application for their reuse intentions. The number of respondents was 105 people.*

*The results of this regression show that of the five dimensions of e-service quality (user ease, security assurance, responsiveness, personalization, and reliability/fulfilment) observed by researchers in the Halodoc application, only 1 (one) dimension has an effect on reuse intention, namely personalization. . These results also indicate that there is still a need for improvement in Halodoc's e-service quality in order to encourage users to reuse them. Based on the research results, the e-service quality provided by the Halodoc application personalization has an effect of 30,9% on consumer or user reuse intentions.*

**Keyword** : e-service quality, reuse intentions

## Kata Pengantar

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan topik “Analisis Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Niat Pakai Ulang pada Aplikasi Halodoc.” Dengan baik dan dapat menyelesaikannya dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi S1 Manajemen, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, membimbing, dan memberikan dukungan serta arahan kepada penulis. Dengan demikian penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Roni Afrianto dan Meri yang sudah memberikan doa dan dukungan yang sangat maksimal dan tidak pernah berhenti dibalik pengerjaan skripsi yang penulis lakukan.
2. Kepada keluarga besar yaitu adik, paman, bibi, dan sanak saudara lain yang sudah memberikan doa dan dukungan yang tidak pernah berhenti kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Istiharini, CMA. yang penulis hormati, selaku dosen pembimbing dan Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang sudah dengan sangat sabar, pengertian, dan baik dalam memberikan ilmu, pengalaman, saran, kritik, dan dukungan yang sangat berharga dan bermanfaat kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.
4. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si. yang penulis hormati selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
5. Bapak Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si. yang penulis hormati selaku dosen wali yang selalu memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi selama masa perkuliahan di UNPAR dan dalam proses pengerjaan skripsi yang penulis lakukan.
6. Seluruh jajaran dosen pengajar, staf tata usaha, staf perpustakaan, staf laboratorium komputer, dan seluruh pekarya dan pihak terkait yang berada di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung

yang sudah memberikan banyak bantuan dan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan.

7. Seluruh keluarga besar Manajemen UNPAR angkatan 2016 yang telah berjuang, berusaha, dan bekerja bersama mulai dari awal perkuliahan hingga saat ini.
8. Teman-teman UNPAR yaitu Michelle Alodia, Dewi Aprilia, Arwindy, Paula Marissa, Jesselyn Evania, Ayu Trisna Dewi, serta teman-teman lain yang sudah berbagi pengalaman, memberi dukungan, dan menghabiskan waktu bersama selama proses dan dinamika perkuliahan.
9. Teman SMA penulis yaitu Verent Dwivrin, Jessica Kokodiputri, Evelyn Lavinia, Mega Santoso dan Monica Herlina Horo yang selalu setia dalam memberikan dukungan yang tidak berhenti dan selalu menemani ketika keadaan susah dan senang datang, dan memberikan kritik, motivasi, dan bimbingan selama proses perkuliahan dan proses membuat skripsi.
10. Seluruh teman dan keluarga lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya namun turut memberi doa, dukungan, motivasi, dan bimbingan yang sangat berharga bagi penulis baik selama masa perkuliahan ataupun selama masa pembuatan skripsi.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang-orang yang membacanya. Semoga penelitian ini dapat digunakan untuk melihat masalah yang lebih kompleks lagi atau yang baru sehingga dapat lebih bermanfaat bagi orang banyak.

Bandung, Januari 2021

Angela Celine Meitania



## Daftar Isi

<b>Abstrak</b> .....	i
<i>Abstract</i> .....	ii
<b>Kata Pengantar</b> .....	iii
<b>Daftar Isi</b> .....	v
<b>Daftar Tabel</b> .....	vii
<b>Daftar Gambar</b> .....	viii
<b>Daftar Lampiran</b> .....	ix
<b>Bab 1</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah Penelitian</b> .....	9
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	9
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	10
<b>1.5 Kerangka Penelitian</b> .....	10
<b>1.6 Hipotesis</b> .....	12
<b>Bab 2</b> .....	13
<b>2.1 Aplikasi</b> .....	13
<b>2.1.1 Pengertian Aplikasi</b> .....	13
<b>2.2 E-service quality</b> .....	14
<b>2.2.1 Pengertian E-Service Quality</b> .....	14
<b>2.2.2 Dimensi E-Service Quality</b> .....	15
<b>2.3 Niat Pakai Ulang</b> .....	17
<b>2.3.1 Pengertian Niat Pakai Ulang</b> .....	17
<b>2.3.2 Dimensi pada Niat Pakai Ulang</b> .....	18
<b>2.4 Penelitian Terdahulu</b> .....	19
<b>Bab 3</b> .....	21
<b>3.1 Metode Penelitian</b> .....	21
<b>3.1.1 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	21
<b>3.1.2 Populasi dan Sampel</b> .....	22
<b>3.1.3 Operasionalisasi Variabel</b> .....	24
<b>3.1.4 Teknik Pengukuran Variabel</b> .....	33
<b>3.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner</b> .....	34
<b>3.1.6 Teknik Analisa Data</b> .....	36

3.2	Objek Penelitian.....	42
3.2.1	Gambaran Singkat tentang aplikasi Halodoc.....	42
3.2.2	Tampilan aplikasi Halodoc .....	43
3.3	Profil Responden .....	44
<b>Bab 4</b>	<b>Hasil dan Pembahasan.....</b>	<b>46</b>
4.1	Persepsi konsumen terhadap <i>e-service quality</i> aplikasi Halodoc .....	46
4.1.1	Persepsi konsumen terhadap kemudahan pengguna pada aplikasi Halodoc .....	46
4.1.2	Persepsi konsumen terhadap jaminan keamanan pada aplikasi Halodoc .....	58
4.1.3	Persepsi Konsumen terhadap <i>responsiveness</i> pada aplikasi Halodoc .....	63
4.1.4	Persepsi konsumen terhadap personalisasi pada aplikasi Halodoc.....	71
4.1.5	Persepsi konsumen terhadap <i>reliability/fulfilment</i> pada aplikasi Halodoc .....	76
4.1.6	Variabel <i>E-service quality</i> .....	81
4.2	Persepsi konsumen terhadap niat pakai ulang konsumen pada aplikasi Halodoc .....	82
4.3	Uji Asumsi Klasik .....	86
4.3.1	Uji Normalitas .....	86
4.3.2	Uji Multikolinearitas.....	87
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	88
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda Pengaruh <i>E-service quality</i> Terhadap Niat Pakai Ulang Aplikasi Halodoc .....	88
4.4.2	Uji hipotesis parsial setiap variabel bebas terhadap variabel terikat .....	93
4.4.3	Analisa Koefisien Determinasi Keseluruhan .....	98
<b>BAB 5</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>99</b>
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran .....	101
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>103</b>
	Lampiran .....	107
	Riwayat Hidup .....	121

## Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Tabel Pengelompokkan Masalah .....	5
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel X : e-service quality pada aplikasi Halodoc .....	25
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Y : Niat Pakai Ulang Konsumen pada Aplikasi Halodoc.....	32
Tabel 3. 3 Tabel rentang skala .....	33
Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Validitas .....	35
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 3. 6 Tabel Interpretasi Hitung .....	37
Tabel 4. 1 Rata-rata jawaban responden terhadap kemudahan pengguna pada aplikasi Halodoc.....	47
Tabel 4. 2 Rata-rata jawaban responden terhadap jaminan keamanan ( <i>assurance</i> ) pada aplikasi Halodoc .....	59
Tabel 4. 3 Rata-rata jawaban responden terhadap <i>responsiveness</i> pada aplikasi Halodoc .....	64
Tabel 4. 4 Rata-rata jawaban responden terhadap personalisasi pada aplikasi Halodoc .....	72
Tabel 4. 5 Rata-rata jawaban responden terhadap <i>reliability</i> pada aplikasi Halodoc .....	77
Tabel 4. 6 Rata-rata E-service quality.....	81
Tabel 4. 7 Rata-rata jawaban responden terhadap niat pakai ulang pada aplikasi Halodoc .....	83
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	87
Tabel 4. 9 Hasil uji T.....	89
Tabel 4. 10 Tabel ANOVA .....	92
Tabel 4. 11 Tabel Model Summary.....	98

## Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Rata-rata aplikasi digunakan dan diinstal.....	1
Gambar 1. 2 Jumlah Aplikasi yang Tersedia di Google Play Store.....	2
Gambar 3. 1 Logo Halodoc pada Aplikasi.....	42
Gambar 3. 2 Tampilan pada aplikasi Halodoc .....	43
Gambar 4. 1 Foto Aplikasi Halodoc .....	49
Gambar 4. 2 Proses verifikasi pada Halodoc .....	50
Gambar 4. 3 Interaksi saat konsultasi dengan dokter di aplikasi Halodoc.....	51
Gambar 4. 4 Notulensi dalam layanan konsultasi dengan dokter pada aplikasi Halodoc .....	52
Gambar 4. 5 Layanan dalam aplikasi Halodoc .....	53
Gambar 4. 6 Instruksi yang jelas dalam Halodoc .....	54
Gambar 4. 7 Instruksi dalam aplikasi Halodoc .....	55
Gambar 4. 8 Informasi yang ada dalam aplikasi Halodoc .....	56
Gambar 4. 9 Fitur yang sering digunakan pengguna dalam aplikasi Halodoc.....	57
Gambar 4. 10 Layanan yang sering digunakan.....	58
Gambar 4. 11 Customer Service Halodoc dalam menanggapi pengguna.....	61
Gambar 4. 12 Kebijakan privasi pada aplikasi Halodoc .....	61
Gambar 4. 13 Profile Halodoc pada aplikasi .....	62
Gambar 4. 14 Waktu pelayanan dari customer service Halodoc .....	67
Gambar 4. 15 Perbandingan waktu konsultasi dengan dokter di Halodoc .....	68
Gambar 4. 16 Transaksi dalam aplikasi Halodoc.....	69
Gambar 4. 17 Ketentuan waktu penghantaran obat .....	73
Gambar 4. 18 Keakuratan dalam pengantaran .....	74
Gambar 4. 19 Keterikatan antar aplikasi Halodoc dengan Gojek.....	75
Gambar 4. 20 Halodoc dalam menghadapi keluhan pengguna.....	79
Gambar 4. 21 Standar pelayanan pada Halodoc .....	80
Gambar 4. 22 Jadwal konsultasi dengan dokter pada aplikasi Halodoc .....	81
Gambar 4. 23 Normalitas Niat Pakai Ulang .....	86
Gambar 4. 24 Histogram Niat Pakai Ulang .....	87
Gambar 4. 25 Heteroskedastisitas Niat Pakai Ulang .....	88

## **Daftar Lampiran**

<b>Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian .....</b>	<b>108</b>
<b>Lampiran 2 : Hasil Kuesioner.....</b>	<b>115</b>

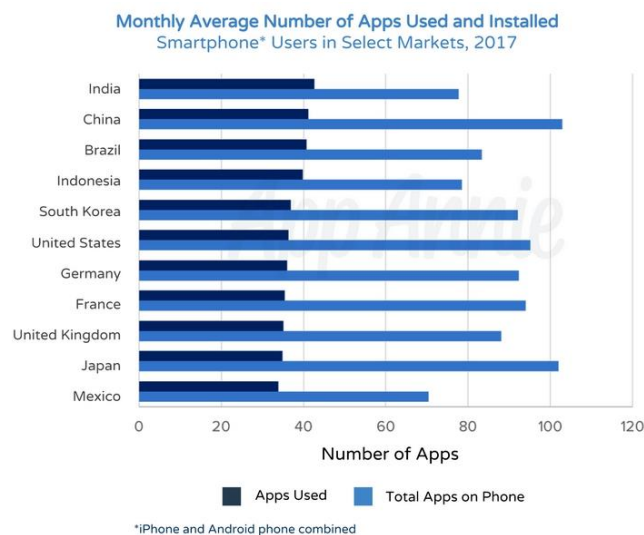
# Bab 1

## Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang terjadi sekarang ini mengiringi pertumbuhan teknologi dan informasi yang pesat. Miarso (2004:517) teknologi yang dahulu sangat sulit untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, kini menjadi mudah dijangkau dan diimplementasikan. Salah satu dampak dari kemajuan teknologi adalah banyaknya jumlah aplikasi baru pada *smartphone* yang diinstal oleh pengguna terlepas dari aplikasi bawaan *smartphone* itu sendiri. Dilansir melalui artikel yang ditulis oleh Ramadhan (2018) saat ini Indonesia bersaing dengan negara-negara yang sudah lebih maju seperti Tiongkok, India, Brazil dan Korea Selatan terkait aplikasi yang digunakan dan diinstal dalam *smartphone* mereka. Waktu penggunaan aplikasi *mobile* tersebut hampir mencapai 250 menit (atau lebih dari empat jam) dalam satu hari. Tingkat keaktifan pengguna aplikasi *mobile* di Indonesia ini mengungguli Meksiko, Brazil dan Korea Selatan yang berada di angka 190 menit per hari, seperti yang dapat dilihat dalam gambar 1.1. berikut:

Gambar 1. 1  
Rata-rata aplikasi digunakan dan diinstal



Sumber : <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/01/29/indonesia-tempati-peringkat-pertama-negara-teraktif-menggunakan-aplikasi-mobile>

Maraknya pertumbuhan pesat jumlah aplikasi dan pengguna *smartphone* di Indonesia, banyak juga perusahaan-perusahaan yang berlomba membuat aplikasi yang disesuaikan dengan tujuannya. Menurut Pramana (2006) aplikasi adalah perangkat lunak yang dibuat dalam rangka melayani kebutuhan manusia pada beberapa aktivitas seperti sistem perniagaan, *game*, pelayanan masyarakat, periklanan, atau semua proses yang hampir dilakukan manusia. Dilansir Store (2018) aplikasi terutama Android yaitu *Google Play Store* terus meningkat dari tahun ke tahun, hingga saat ini jumlah aplikasi yang tersedia dalam lingkup *Google Play Store* adalah sebanyak 3,6 juta aplikasi, data tersebut adalah data hingga Maret 2018. Hal tersebut menjadi pertanda bahwa perkembangan teknologi mendukung kemajuan aplikasi untuk terus berkembang dan berinovasi mencapai kebutuhan masyarakat modern saat ini. Dapat dikatakan pesat seperti terlihat dalam gambar 1.2. jumlah aplikasi yang tersedia dalam *Google Play Store* :

Gambar 1. 2  
Jumlah Aplikasi yang Tersedia di Google Play Store



Sumber : <https://teknologi.id/ulasan/jumlah-aplikasi-yang-tersedia-di-google-play-store/>

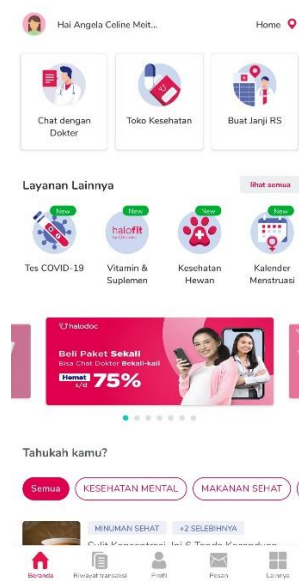
Perkembangan zaman membuat perusahaan yang biasanya hanya menyediakan pelayanan dengan sistem konvensional saja, ditambah dengan pelayanan elektronik (*e-service*) yang dapat digunakan oleh pengguna melalui aplikasi yang dibuat perusahaan terkait. Layanan elektronik yang diberikan oleh perusahaan harus dapat diukur dan dinilai kemanfaatannya oleh para pengguna dengan mengedepankan kualitas pelayanannya. Menurut Gronroos dalam Ratminto

& Winarsih (2005:2) kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau berbagai rangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata, terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan dengan maksud untuk memecahkan permasalahan konsumen / pelanggan. Semakin maju dan berkembang teknologi informasi saat ini, membuat konsep kualitas layanan berkembang menjadi kualitas layanan berbasis *web*/elektronik, yang lebih dikenal dengan istilah *e-service quality* (E-SQ). *E-Service quality* sendiri muncul karena adanya penggunaan internet dalam memasarkan suatu layanan (Sukwandi *et al.*, 2014)

Menurut Santos (2003) kualitas layanan elektronik didefinisikan sebagai evaluasi dan penilaian konsumen secara menyeluruh mengenai keunggulan dan kualitas dalam penyampaian layanan pada transaksi *online*. Salah satu diantara banyaknya perusahaan yang memiliki layanan elektronik adalah aplikasi Halodoc. Aplikasi Halodoc ini dipublikasikan pada 11 Maret 2016, Halodoc memiliki visi “*Simplify Healthcare in Indonesia*” aplikasi ini adalah tempat untuk menyatukan pasien, dokter, asuransi, farmasi ke dalam satu aplikasi *mobile smartphone* sederhana. Aplikasi Halodoc ini memberikan layanan untuk berkonsultasi dengan dokter, pembelian obat, cek laboratorium, dan buat janji kunjungan rumah sakit. Gambar 1.3. adalah gambar aplikasi Halodoc dalam *mobile smartphone* android :

Gambar 1.3.

*Screenshoot Aplikasi Halodoc dalam Smartphone Android*



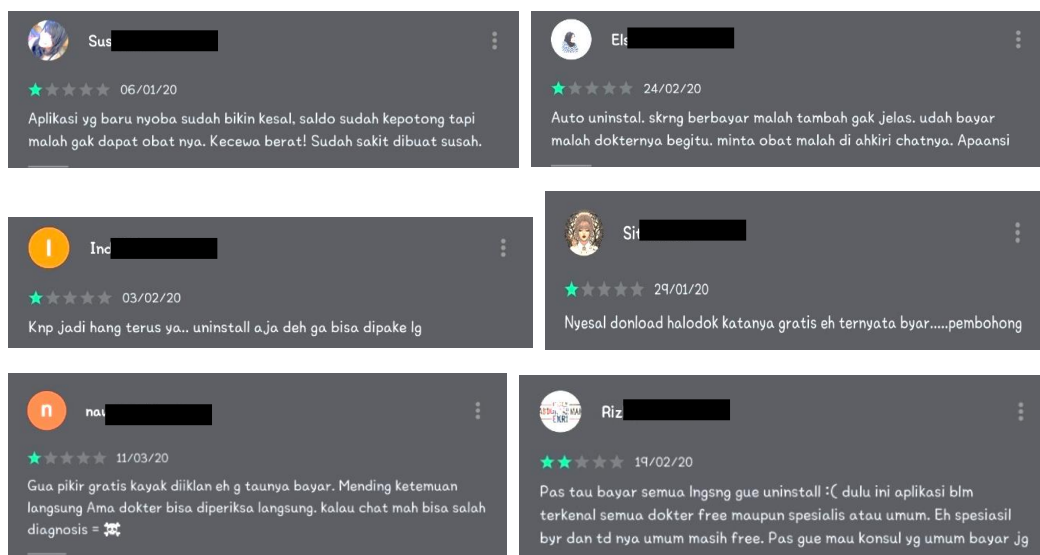
Sumber : Hasil observasi peneliti



Kehadiran Halodoc banyak membantu para pengguna/ konsumen yang merasa kesulitan dalam berkonsultasi, pembelian obat, cek lab, dan kunjungan rumah sakit. Yuhefizar (2012) menyatakan bahwa aplikasi merupakan program yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam menjalankan pekerjaan tertentu. Tidak sedikit pengguna Halodoc merasa terbantu dengan layanan untuk memenuhi kebutuhan seperti ini. Hingga saat ini Halodoc masih berada di peringkat ke-5 aplikasi dengan kategori kedokteran pada *Play Store*, sedangkan untuk rating dan pengunduhan lebih tinggi dibandingkan dengan aplikasi pesaingnya yaitu sebesar 4,8 dan 5 juta+ unduhan, namun masih saja didapati banyak masalah yang menyebabkan niat pakai ulang yang rendah setelah pengguna menggunakan aplikasi layanan dari Halodoc. Peneliti mengobservasi dengan menggunakan data sekunder dan ditemukan bahwa masih banyak pengguna yang kecewa dengan aplikasi Halodoc ini. Peneliti melakukan pengelompokan berdasar mayoritas masalah yang sering muncul pada *review* aplikasi Halodoc dan mengambil pilihan pada klasifikasi “kritis”. Peneliti menemukan pendapat-pendapat konsumen yang mendukung penelitian ini, hal pertama yang ditemukan adalah rendahnya niat pakai ulang dijelaskan dalam gambar 1.4. berikut:

Gambar 1.4.

Review mengenai niat pakai ulang aplikasi Halodoc yang rendah



Sumber : Hasil observasi peneliti

Beberapa *review* dari gambar 4.1 menunjukkan bahwa para konsumen kecewa dengan aplikasi Halodoc karena setelah menggunakan aplikasi bukan sesuai

ekspektasi “bagus” yang diharapkan dapat terjadi, tetapi kenyataannya mereka merasa tertipu dengan aplikasi Halodoc dan tidak ingin menggunakannya lagi, hal inilah yang menyebabkan niat ulang menggunakan Halodoc rendah.

Setelah mengetahui niat pakai ulang yang rendah, peneliti melakukan observasi kembali dan menemukan masalah-masalah yang sering muncul melalui *review*, mayoritas masalah mengacu pada *e-service quality* yang diberikan Halodoc, lalu peneliti mengelompokkan masalah tersebut dari masalah yang lebih banyak diceritakan pengguna dengan *rating* bintang 3 ke bawah dan disesuaikan dengan dimensi dari jurnal (Lestari & Ellyawati, 2017) dan menurut (Wolfenbarger & Gilly, 2003) yaitu kemudahan pengguna, jaminan keamanan, *responsiveness*, personalisasi, dan *reliability/ fulfilment* dalam tabel 1.1. berikut :

Tabel 1. 1  
Tabel Pengelompokkan Masalah

<b>Dimensi</b>	<b>Pendapat</b>
Kemudahan Pengguna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “Sudah berkali” pesan tapi yang ngantar cancel terus” – Ryan Yudistira</li> <li>- “Seharusnya kalau pengiriman kaya begini ada gambar mapsnya jadi bisa tau posisi pengirim ada dimana, masih lama atau enggaknya pengirim sampe dan bisa chat pengirim di aplikasinya bukan harus lewat sms dulu, kalau saya nilai saat ini 5/10 masih banyak yang harus dioptimalin lagi untuk aplikasinya” – Yulia Ayu</li> <li>- “Aplikasi payah. Beli obat disini kemudian dibatalkan sendiri oleh gojek drivernya, lah kok gopay saya ga bisa langsung balik dana nya, harus nunggu 3x24 jam. Lah yang salah kan drivernya, knp dana saya yg ditahan ga dikembalikan2?” – Stephanie Maria</li> <li>- “Payah masa dikirim obat kerumah orang.. udh dikasih tau notifikasi nya tetep ga sampe.. respon lama. Obat nya saya butuh dan 1 lagi saya mesen ke 2 kali nya pesen 2 obat yg datang hanya 1” – Nucholis Triyadi</li> </ul>

Tabel dilanjutkan ke halaman 6

Tabel lanjutan dari halaman 5

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “Cara ngirim masih makan waktu ya.. trz si ojol tidak konfirmasi apabila ada order masuk?? Buat memastikan bisa apa tidaknya antar obat pesanan..?</li> <li>- dst.</li> </ul>
<p>Jaminan Keamanan (<i>Assurance</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “Penipuan.. gopay sudah dipotong untuk beli antibiotic.. no order tidak ada dan katanya di refund 5x24 jam dan saya langsung tidak bisa order lg” – Ibrahim Berdikari</li> <li>- “MAU TOPUP GABISA MULU PADAHAL LAGI URGENT!” – Soraya Nuron</li> <li>- “Halo Halodoc, ada apa ya? Saya sudah 2 kali membayar. Saldo GO-PAY saya sudah terpotong, namun mengapa saya tidak bisa berkonsultasi dengan dokter? Padahal saya sangat senang sebelumnya menggunakan halodoc. Mohon konfirmasi nya tim Halodoc. Terima kasih”- Aisyah Islamiati</li> <li>- “Saya topup lalu pas pesan, ternyata apotik dan driver sangat jauh. Saya batalkan, dan uang tidak bisa ditarik kembali. Rugi besar sekali, pdhal butuh urgent buat beli obat malem2 ini 😞😞” – Tika Suci</li> <li>- “Gimana sih saldo udah kepotong tapi ga bisa chat sama dokter!!! – Qory</li> <li>- “Harusnya metode pembayaran di akhir saja sih. Kenapa? Karena barusan saya konfirmasi sudah bayar. Eh taunya dokternya selese tugas. Belum jadi konsultasi tapi bayar. Mohon diperbaiki. Dikasih waktu jam brapa smpe jam brpa gitu bisa melayani. Tolong ya!” – Aria Retno</li> <li>- dst.</li> </ul>
<p>Responsif (<i>Responsiveness</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “KECEWA, RESPON YANG SANGAT LAMA, DAN DOKTER YANG SANGAT JUDESSSSSS” – Nissa Kitty</li> <li>- “Kalau pake diskon atau konsul sama dokter gratis nunggu balasannya bisa seharian, udah mati duluan yg konsultasi baru di balas. Cari partner dokter Yg benar2 mau</li> </ul>

Tabel dilanjutkan ke halaman 7

Tabel lanjutan dari halaman 6

	<p>menjalani tugas dan sumpah sebagai dokter, jgan cari dokter yang hanya mau cari uang” – Paulus Meidy</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “gmn ini, dokter ny gk jawab, byr via dopay terpotong dan tdk dikembalikan. ??? – Riry Gharist</li> <li>- “Dokternya ada yang kurang gercep balesnya nunggunya lama jadi waktunya keburu habis 😊” – Risma Ela Syafitri</li> <li>- “Tanggapan baik namun agak lamban, trima kasih” – Anwartri Basuki</li> <li>- “Bintang 3 dulu ya doc, respon dr agak lama padahal online mungkin sedang ada percakapan dengan pasien lain 😊” – Nely Yanti</li> <li>- dst.</li> </ul>
<p>Personalisasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “Saran kasih apotik yang deket rumah jadi tidak kelamaan karena jauh, bayangkan misalnya hanya beli obat batuk rumahnya di rawamangun, apotiknya di kamayoran” – Fransisca Kartikawati</li> <li>- “Ini ga ada tombol urgent atau gimana ya? Ada yang butuh obat cepet eh dikasih apotek yg jaraknya +- 1 jam dr rumah” – Meirritory KIM</li> <li>- “Kedua kali saya pesan selalu jauh dari lokasi rumah, kenapa tidak yang dekat dengan lokasi took obat” – Silma Aspera</li> <li>- “Pengalaman pertama memakai Halodoc, saat pesan obat, dapatnya apotik yg jauh lebih dr 15 km, padahal di dekat tempat tinggal tdk sampai 1 kilo ada apotek” – Bagus Pratama</li> <li>- “Ini kenapa sih aplikasi, bikin org emosi aja, knpa gak bisa di buka? Pdhl sdh diperbharui tapi ttp tdk bisa. Dan coba di uninstall kembali instal lagi tetap gak bisa..... Coba jelaskan” – Shanti Bimntara910</li> </ul>

Tabel dilanjutkan ke halaman 8

Tabel lanjutan dari halaman 7

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “Saya barusan dalam tahap konsultasi dengan dokter, tp tiba-tiba aplikasinya tidak dapat digunakan. Saya coba buka aplikasinya dari awal tp malah gak bisa klik apapun. Trs sya clear data, dan waktu mau klik “mulai sekarang” pun ternyata benar-benar gak bisa diklik. Trus saya juga coba uninst dan instal kembali tp hasilnya tetap sama. Jd intinya aplikasinya benar-benar tidak bisa digunakan karena tidak bisa meng-klik apapun. Itu kenapa, ya? Mohon dikonfirmasi” – Painque both</li> <li>- dst</li> </ul>
<p><i>Reliability/ Fulfilment</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “Gua pikir gratis kayak diiklan eh g Taunya bayar. Mending ketemuan langsung Ama dokter bisa diperiksa langsung. Kalua chat mah bisa salah diagnosis = X” – Nawan Setiawan</li> <li>- “Saya konsul berbayar tapi ternyata saat itu dokter sibuk sementara uang sudah ketarik dan tidak dikembalikan” - Putri Fajar Shakira</li> <li>- “Tidak dapat konek dengan gopay di device Oppo A57 padahal sudah update aplikasi . Mohon bantuan untuk diperbaiki. Terima kasih – Layta Dinira</li> <li>- “Sekarang chat sm dokter udah gag gratis lg. Bayar 25rb utk 30 menit. Tp baru chat 15 menit, dokter udah mau mengakhiri sesi chat. Pdhl blm 30 menit sesuai keterangan yg tertulis di awal. Huft, gag memuaskan” – Dhaniar Syawa</li> <li>- “Konsul dengan dokter terganggu, ceklis sat uterus”- Rehan Pratama</li> <li>- “Chat sama dokter, dokternya sih fast response dan menjawab dengan lengkap. Tapi aplikasinya yang gaje, karena jawaban dokternya ga keliatan di fitur chat. Jadi aku bacanya dari notif hp. Trus jawaban dari dokternya sempet delay lama banget. Jadi yaudah, kacau. Trus pas</li> </ul>

Tabel dilanjutkan ke halaman 9

Tabel lanjutan dari halaman 8

	chat udah berakhir, waktunya udah habis, baru keliatan tuh balasan dari dokternya. Harusnya 30 menit berbayar bisa maksimal untuk konsul, tapi ini jadi kelamaan nunggu balasan dokternya di aplikasi” – Aisha Echa Zuesty - dst.
--	--

Sumber : Hasil observasi peneliti

Dari *review* pada tabel 1.1 yang diberikan para pengguna, peneliti dapat melihat kurangnya kualitas pelayanan elektronik terutama pada dimensi kemudahan pengguna, jaminan keamanan (*assurance*), *responsiveness*, personalisasi, dan *reliability/fulfilment*, yang menyebabkan rendahnya niat pakai ulang aplikasi Halodoc. Parasuraman *et al.* (2005) mengatakan bahwa kualitas layanan elektronik merupakan fasilitas yang terdapat pada situs web yang dirancang secara efektif dan efisien dalam melakukan pembelian *online*. Oleh karena itu, dalam mendorong konsumen agar dapat meningkatkan niat pembelian online sangat penting mengedepankan kualitas layanan elektroniknya (Ribbink *et al.*, 2004), (Lee & Lin, 2005), (Lau *et al.* 2011). Peneliti akan melakukan penyebaran kuesioner dengan kriteria responden yang pernah menggunakan aplikasi Halodoc dan fokus terhadap dimensi yang berkaitan seperti yang disebutkan diatas.

Berdasarkan ulasan-ulasan pada table 1.1 yang ada peneliti memutuskan untuk membuat suatu penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Niat Pakai Ulang pada Aplikasi Halodoc”.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap *e-service quality* Halodoc?
2. Bagaimana niat pakai ulang konsumen Halodoc?
3. Berapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap niat pakai ulang pada Halodoc secara simultan dan parsial?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap *e-service quality* Halodoc.
2. Mengetahui bagaimana niat pakai ulang konsumen Halodoc.
3. Mengatahui seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap niat pakai ulang pada aplikasi Halodoc secara simultan dan parsial.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini ditujukan bagi semua pihak yang membaca untuk menambah wawasan atau pengetahuan tentang *e-service quality* terutama pada aplikasi Halodoc dan penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari baik itu untuk peneliti, pengguna Halodoc, dan semua pihak yang membaca.

#### **1.5 Kerangka Penelitian**

Pesatnya pertumbuhan aplikasi yang kini sudah mencapai 3,6 juta aplikasi di Google *Play Store* beserta masing-masing layanannya membuat perusahaan berlomba menciptakan aplikasi untuk menyampaikan barang atau jasa miliknya agar barang atau jasa mereka dapat tersampaikan ke konsumen. Berdampak menimbulkan berbagai penilaian dari para konsumen yang telah menggunakan aplikasi tersebut. Kualitas layanan dalam aplikasi yang dinilai oleh konsumen memberikan pandangan tentang baik buruknya pelayanan terutama secara elektronik.

*E-service quality* dikembangkan dengan tujuan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan di jaringan internet. Menurut Santos (2003) *e-service quality* didefinisikan sebagai keseluruhan evaluasi konsumen dan penilaian konsumen mengenai keunggulan dan kualitas dalam penyampaian layanan pada transaksi *online*. Kotler & Keller (2012) *quality* adalah keseluruhan ciri serta sifat dari produk yang berpengaruh pada kemampuan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan secara tersirat.

*E-service quality* menurut Lestari & Ellyawati (2017) memiliki dimensi kemudahan penggunaan, desain situs web, jaminan keamanan, *responsiveness*, dan personalisasi, sedangkan menurut Wolfinbarger & Gilly (2003) *e-service quality* memiliki dimensi *reliability/fulfilment*, *website design*, *security/privacy*, dan *customer service*. Dimensi tersebut memiliki kesamaan, tetapi dalam permasalahan niat pakai ulang yang rendah setelah peneliti mengobservasi ditemukan beberapa dimensi yang mewakili permasalahan tersebut, diantaranya kemudahan penggunaan, jaminan keamanan, *responsiveness*, personalisasi, dan *reliability/fulfillment*.

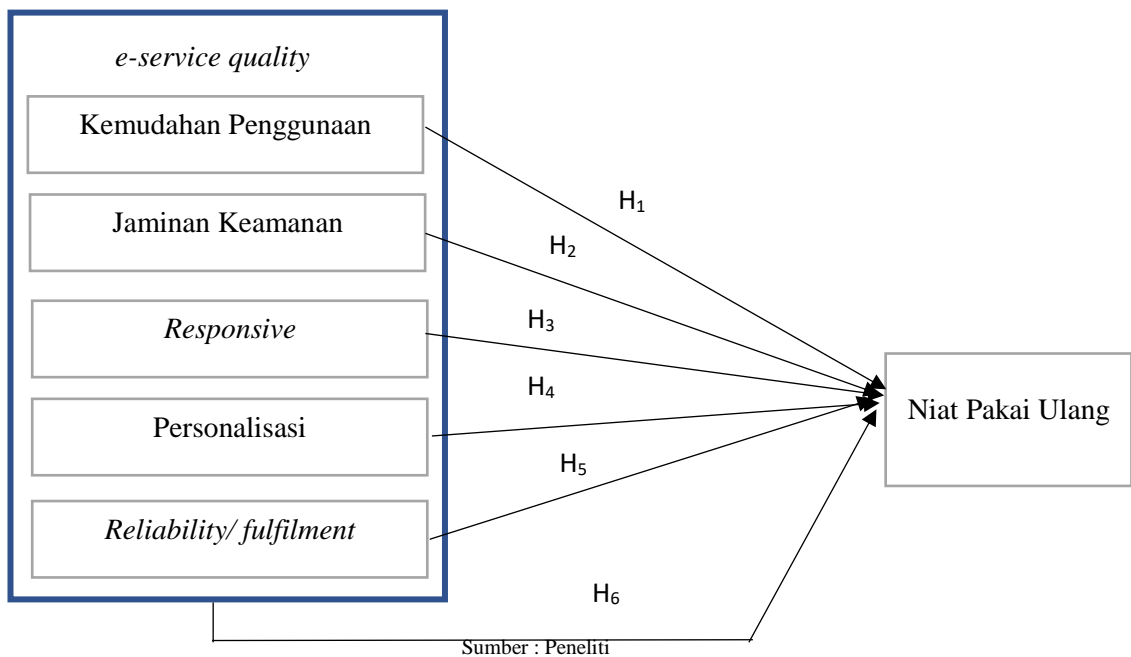
Dimensi *e-service quality* tersebut membuat acuan bagaimana kualitas pelayanan dapat mempengaruhi niat pemakaian ulang, dalam mendorong

konsumen agar dapat meningkatkan niat pembelian online sangat penting mengedepankan kualitas layanan elektroniknya (Ribbink *et al.*, 2004), (Lee & Lin, 2005), (Lau *et al.*, 2011). Sedangkan niat menurut Asyqar (2005: 12) dalam syara' adalah keinginan untuk melakukan sesuatu yang diikuti dengan perbuatan. Ferdinand (2002:129) Salah satu dimensi dari perilaku pembelian adalah niat membeli ulang, berdasarkan teori-teori dari niat beli ulang yang telah ada dapat disimpulkan bahwa niat beli ulang dapat dikenali atau dijabarkan dengan indikator-indikator berikut ini :

1. Niat transaksional
2. Niat referensial
3. Niat preferensial
4. Niat Eksploratif

Namun pada penelitian ini perusahaan yang bergerak di bidang jasa sedikit rancu dengan istilah pembelian ulang (*repurchase intention*), karena produk yang ditawarkan berbentuk jasa bukan dalam bentuk barang (Wijayanti , 2017). Maka ditemukanlah kerangka pikir pada gambar 1.5. berikut:

Gambar 1. 5  
Model Penelitian





## 1.6 Hipotesis

- H1 : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kemudahan penggunaan terhadap niat pakai ulang
- H2 : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara jaminan keamanan terhadap niat pakai ulang
- H3 : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *responsiveness* terhadap niat pakai ulang
- H4 : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara personalisasi terhadap niat pakai ulang
- H5 : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *reliability/fulfilment* terhadap niat pakai ulang
- H6 : Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan, jaminan keamanan, *responsiveness*, personalisasi, *reliability/fulfilment* yang positif secara bersama-sama terhadap niat pakai ulang