

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP NIAT
PENGUNAAN ULANG APLIKASI LAYANAN KESEHATAN
DIGITAL ALODOKTER**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

Oleh:

Hasan Maulana Ibrahim

2017120139

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
Terakreditasi oleh BAN-PT
No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2020/2021**

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY OF THE INTENTION OF
REUSE OF THE ALODOKTER DIGITAL HEALTH SERVICE
APPLICATION**



UNDERGRADUATE THESIS

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

By

Hasan Maulana Ibrahim

2017120139

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by National Accreditation Agency
No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2020/2021**

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP NIAT
PENGUNAAN ULANG APLIKASI LAYANAN KESEHATAN
DIGITAL ALODOKTER**

Oleh:

Hasan Maulana Ibrahim

2017120139

Bandung, Agustus 2021


Ketua Program Sarjana Manajemen


(Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA.)

Pembimbing Skripsi,


(Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA.)

Ko-pembimbing Skripsi,


(Irsanti Hasyim, S.E., M.SM., M.ENG.,)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Hasan Maulana Ibrahim
Tempat / Tanggal lahir : Jakarta, 11 Juli 1999
Nomor Pokok : 2017120139
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Judul:

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP NIAT PENGGUNAAN ULANG
APLIKASI LAYANAN KESEHATAN DIGITAL ALODOKTER.**

Dengan:

Pembimbing : Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA.
Ko – Pembimbing : Irsanti Hasyim, S.E, M.SM., M.ENG.,

MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri.

1. Apapun 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 atau 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 paksa oleh pihak manapun.

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 mendapat gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp 200 juta.

Jakarta, 5 Agustus 2021

Dinyatakan tanggal:

Pembuat Pernyataan:



(Hasan Maulana Ibrahim)

ABSTRAK

Alodokter merupakan aplikasi layanan kesehatan berbasis digital di Indonesia yang menghubungkan pasien dengan dokter. Aplikasi Alodokter sendiri sudah berdiri sejak 2014. Seiring perjalanan waktu, layanan ini terus berkembang dan menghadirkan fitur-fitur konsultasi. Hingga tahun 2019 sudah ada 20 juta pengguna aktif Alodokter setiap bulannya. Sudah berbagai macam cara yang dilakukan Alodokter untuk meningkatkan *e-service quality*, tetapi masih saja ada keluhan dari konsumen mengenai *e-service quality* dari aplikasi layanan kesehatan digital Alodokter. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *e-service quality* dari Alodokter memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan ulang.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap niat penggunaan ulang aplikasi layanan kesehatan digital Alodokter. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dan eksplanatori. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, studi literatur dan juga menyebarkan kuisisioner kepada 100 responden dimana responden harus sudah pernah menggunakan layanan kesehatan digital dari Alodokter itu sendiri. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, serta regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa 4 dimensi dari *e-service quality* yaitu *efficiency*, *system availability*, *fulfilment*, dan *privacy* yang terdapat pada Alodokter, 2 dari dimensi tersebut yaitu dimensi *efficiency* dan *fulfilment* berpengaruh positif terhadap niat penggunaan ulang sedangkan dimensi *system availability* dan *privacy* diketahui berpengaruh negatif terhadap niat penggunaan ulang. Besarnya pengaruh masing masing variabel tersebut terhadap niat penggunaan ulang adalah 38,4% untuk *efficiency*, 16,9% untuk *system availability*, 31,2% untuk *fulfilment* dan 0,2% untuk *privacy*. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi simultan, tabel *adjusted R square* menunjukkan kontribusi variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y) sebesar 65,1% dan sisanya 34,9% yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Penulis memberikan saran kepada Alodokter karena berdasarkan analisis, Alodokter masih bisa meningkatkan *e-service quality* nya sehingga konsumen yang menggunakan Alodokter konsumen lebih memiliki opsi pilihan yang lebih banyak dari segi pilihan obat yang tersedia dan juga dari segi pengiriman produk.

Keyword: Alodokter, E-Service Quality, Niat Penggunaan Ulang

ABSTRACT

Alodokter is a digital-based health service application in Indonesia that connects patients with doctors. The Alodokter application itself has been established since 2014. Over time, this service continues to grow and provides consultation features. Until 2019, there were 20 million active Alodokter users every month. Alodokter has done various ways to improve e-service quality, but there are still complaints from consumers regarding e-service quality from Alodokter's digital health service application. The purpose of this study was to determine whether the e-service quality of Alodokter has an influence on the intention to reuse.

This study aims to analyze the effect of e-service quality on the intention to reuse the Alodokter digital health service application. The method used in this research is descriptive and explanatory method. Data was collected by means of interviews, observations, literature studies and also distributing questionnaires to 100 respondents where respondents must have used digital health services from Alodokter itself. The data analysis technique used is descriptive analysis, classical assumption test, and multiple linear regression.

The results of the study show that 4 dimensions of e-service quality, namely efficiency, system availability, fulfilment, and privacy contained in Alodokter, 2 of these dimensions, namely efficiency and fulfilment dimensions have a positive effect on re-use intention, while the system availability and privacy dimensions are known to have a positive effect. negative on re-use intention. The magnitude of the influence of each of these variables on the intention to reuse is 38.4% for efficiency, 16.9% for system availability, 31.2% for fulfilment and 0.2% for privacy. Based on the calculation of the coefficient of simultaneous determination, the adjusted R square table shows the contribution of the independent variable (X) to the dependent variable (Y) of 65.1% and the remaining 34.9% which is not explained in this study. The author gives advice to Alodokter because based on the analysis, Alodokter can still improve its e-service quality so that consumers who use Alodokter consumers have more choice options in terms of available drug choices and also in terms of product delivery.

Keyword: *Alodokter, E-Service Quality, Re-Use Intention*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang Maha Esa, atas limpahan berkah, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat berhasil menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Niat Penggunaan Ulang Aplikasi Layanan Kesehatan Digital Alodokter”. Penelitian ini ditujukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung, baik berupa moral maupun materiil. Oleh karena itu, penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Alm.Syahlan Atmasasmita dan Lies Setiawati yang selalu mendoakan dan mendukung penulis dalam pengerjaan skripsi serta studi sarjana ini baik dukungan secara moral maupun materiil.
2. Ibu Dr.Istiharini,S.E., M.M., CMA. selaku dosen pembimbing Kepala Program Studi Sarjana Manajemen yang telah membantu penulis. Terima kasih atas masukan, arahan, dan motivasi selama pengerjaan skripsi ini.
3. Ibu Irsanti Hasyim, S.E., MSM., M.Eng. selaku dosen Ko-pembimbing yang telah membantu penulis. Terima kasih atas masukan, arahan, dan motivasi selama pengerjaan skripsi ini.
4. Bapak Fernando, S.E., M.Kom. selaku dosen wali yang telah membantu penulis dalam mata kuliah yang diambil selama masa perkuliahan.
5. Dr. Budiana Gomulia, DRA., M.SI. yang penulis hormati selaku Dekan Fakultas Ekonomi Univeristas Katolik Parahyangan Bandung.
6. Seluruh dosen pengajar dan staf UNPAR yang senantiasa berbagi ilmu dan dukungan selama proses pembelajaran di kampus.
7. Priyayi Azmi, Larasati Putri, Dicky Eriyanto, Irfan zakie, Jaka Pangestu, Ilham Athallah, Made Khrisna, Mario Puji, Danke Putra, Michelle Florentina, Andre

Pradipta selaku sahabat sekaligus teman seperjuangan selama 4 tahun studi pada Manajemen UNPAR.

8. Heikella Indira Nadeem dan Faza Yuvitha selaku sahabat seperjuangan pengerjaan skripsi yang selalu berbagi ilmu dan memberikan motivasi satu sama lain.
9. Keluarga HMPSM 2017 selaku teman yang mengisi keseharian penulis dan selaku pendukung satu sama lain.
10. Keluarga besar divisi *Human Resource Development* HMPSM UNPAR angkatan 2014-2018 yang senantiasa mengisi hari-hari penulis atas ajaran dan bimbingan dalam berorganisasi.
11. Seluruh keluarga besar Manajemen UNPAR 2017 yang telah berjuang selama masa perkuliahan.
12. Seluruh keluarga dan teman penulis yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah mendoakan dan memberi segala dukungan.
13. Kepada diri saya sendiri yang telah sanggup melewati fase perkuliahan senang, susah, pahit dan manis nya.

Akhir kata, semoga Allah SWT melindungi dan memberikan balasan kebaikan dunia dan akhirat kita semua terutama yang membantu dalam proses pembuatan skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua.

Jakarta, 13 Agustus 2021.

Hasan Maulana Ibrahim

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Daftar Chart	x
Bab 1	1
Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah:.....	7
1.3 Tujuan Penelitian:.....	7
1.4 Manfaat Peneliatian:.....	7
1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	8
Bab 2	11
Tinjauan Pustaka	11
2.1 Pengertian <i>E-Health</i>	11
2.2 Pengertian <i>E-Commerce</i>	11
2.2.1 Jenis Jenis <i>E-Commerce</i>	12
2.3 <i>E-Service Quality</i>	13
2.4 Niat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	13
2.4.1 Dimensi Niat Beli Ulang.....	14
Bab 3	15
Metode dan Objek Penelitian	15
3.1 Metode dan Jenis Penelitian.....	15
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	15
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	16
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	18
3.5 Pengukuran Variabel.....	24
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	24
3.6.1. Uji Validitas.....	24

3.6.2. Uji Reliabilitas.....	26
3.7 Teknik Analisis Data.....	27
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	27
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda	29
3.8.1 Uji Asumsi Klasik	30
3.8.2 Uji Pengaruh Parsial (Uji T).....	30
3.8.3 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	30
3.8.4 Uji Koefisien Determinasi.....	31
3.8.5 Uji Multikolinearitas.....	31
3.8.6 Uji Heteroskedastisitas.....	31
3.9 Objek Penelitian.....	31
3.9.1 Profil Perusahaan.....	31
3.9.2 Profil Responden	33
Bab 4.....	37
Hasil dan Pembahasan.....	37
4.1 Analisis persepsi konsumen atas <i>E-service Quality</i> pada aplikasi layanan kesehatan digital Alodokter	37
4.2 Analisis Niat Penggunaan Ulang Konsumen Alodokter	56
4.3 Analisis Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Niat Penggunaan Ulang Aplikasi Layanan Kesehatan Digital Alodokter	58
4.3.1 Uji Asumsi Klasik Regresi Linier Berganda	58
4.3.2 Uji Normalitas	59
4.3.3 Uji Multikolinearitas.....	60
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.3.5 Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.3.6 Uji F	62
4.3.7 Uji T	62
4.3.8 Uji Koefisien Determinasi.....	64
BAB 5.....	65
Kesimpulan dan Saran	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
Lampiran.....	76

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Review Pengguna Alodokter Yang Mengeluhkan Bahwa Pelayanan Dari Alodokter Buruk.....	4
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel E-Service Quality (X)	18
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Niat Penggunaan Ulang (Y)	22
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	24
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas E-Service Quality dan Niat Penggunaan Ulang	25
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas E-Service Quality	26
Tabel 3. 6 Interpretasi Rata-Rata Hitung Variabel E-Service Quality	28
Tabel 3. 7 Interpretasi Rata-Rata Hitung Variabel Niat Penggunaan Ulang	28
Tabel 3. 8 Kategori Jawaban Responden.....	33
Tabel 3. 9 Umur Responden	34
Tabel 3. 10 Pekerjaan Responden.....	34
Tabel 3. 11 Rata-Rata Pengeluaran Responden	35
Tabel 4. 1 Rata-Rata Hitung Mengenai Efficiency.....	38
Tabel 4. 2 Rata-Rata Hitung Mengenai System Availability	46
Tabel 4. 3 Rata-Rata Hitung Mengenai Fulfilment.....	48
Tabel 4. 4 Rata-Rata Hitung Mengenai Privacy	51
Tabel 4. 5 Rata-Rata Hitung Mengenai Niat Penggunaan Ulang	56
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4. 7 Hasil Uji F	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji T	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	64

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Survey Pengguna Internet	2
Gambar 1. 3 Grafik Jumlah Pengunjung di Alodokter	5
Gambar 1. 4 Kerangka Teoritis	10
Gambar 3. 1 Tampilan Menu Aplikasi Alodokter	32
Gambar 3. 2 Tampilan Halaman Versi Website Alodokter	33
Gambar 4. 1 Search Engine Pada Aplikasi Alodokter	40
Gambar 4. 2 Search Engine Pada Aplikasi Alodokter	41
Gambar 4. 3 Search Engine Pada Aplikasi Alodokter	41
Gambar 4. 4 Urutan Huruf Sesuai Alfabet Pada Alodokter	43
Gambar 4. 5 Kategori Menu Pada Alodokter	44
Gambar 4. 6 Sub Kategori Menu Pada Alodokter	45
Gambar 4. 7 Range Waktu Pengiriman Alodokter	50
Gambar 4. 8 Kolom Pesanan Saya Pada Alodokter	50
Gambar 4. 9 Kebijakan Privasi Alodokter	53
Gambar 4. 10 Pilihan Pembayaran Pada Alodokter	55
Gambar 4. 11 Pembayaran Kartu Kredit Pada Alodokter	55
Gambar 4. 12 Histogram	59
Gambar 4. 13 Normal P-Plot	59
Gambar 4. 14 Scatterplot	61

Daftar Chart

Pie Chart 3. 1 Suka Menggunakan Aplikasi Layanan Kesehatan Digital	35
Pie Chart 3. 2 Frekuensi Menggunakan Alodokter	36
Pie Chart 3. 3 Referensi Aplikasi Layanan Kesehatan Digital.....	36

Daftar Lampiran

Lampiran. 1 Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran. 2 Rekapitulasi Profile Responden	86
Lampiran. 3 Rekapitulasi 4 Dimensi Variabel E-Service Quality (X).....	90
Lampiran. 4 Rekapitulasi Variabel Niat Penggunaan Ulang (Y).....	107

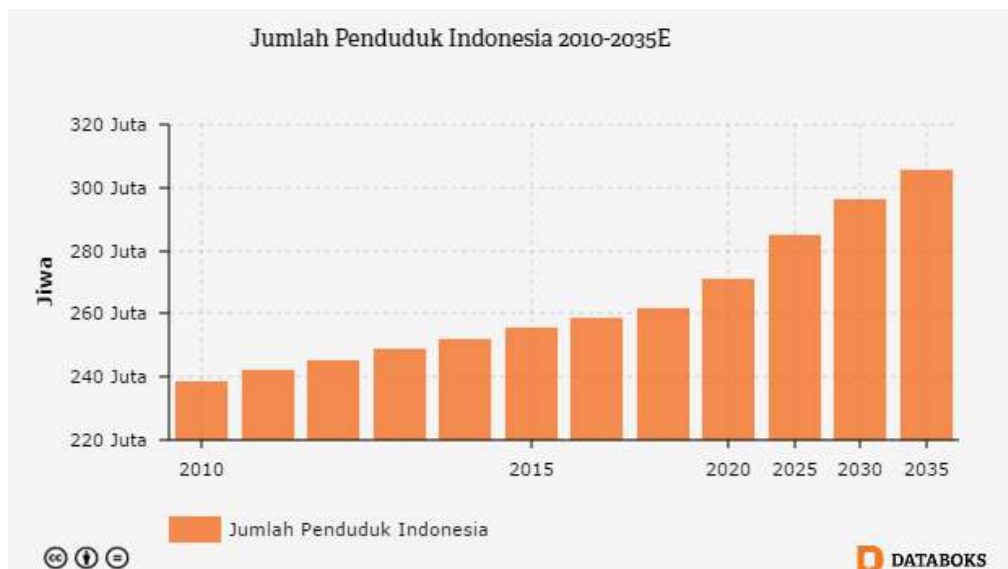
Bab 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Penelitian

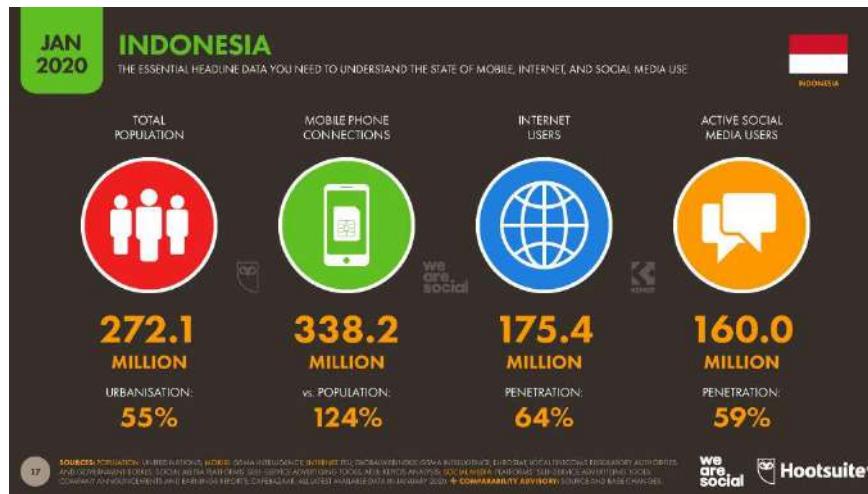
Pada 2017, jumlah penduduk di Indonesia diperkirakan mencapai 262 juta jiwa. Meskipun jumlah populasi besar, tetapi didominasi oleh usia produktif sehingga angka ketergantungan cenderung menurun. Angka ketergantungan yaitu jumlah penduduk usia tidak produktif terhadap penduduk produktif pada 2016 sebesar 48,4%. Angka ini jauh lebih rendah dibandingkan tahun 1971 sebesar 86,6%. Berdasarkan laporan Bappenas dalam proyeksi penduduk di Indonesia 2010-2035, jumlah penduduk Indonesia pada 2020 akan mencapai 271 juta jiwa atau bertambah 10 juta dari jumlah penduduk tahun lalu. Pada tahun 2035 jumlah penduduk di Indonesia akan menembus angka 300 juta jiwa. Laju pertumbuhan yang pesat ini memiliki dampak terhadap pertumbuhan ekonomi dan Revolusi industri 4.0 (Databoks.katadata.co.id). Seperti pada gambar 1.1, dapat dilihat kenaikan jumlah penduduk indonesia dari tahun ke tahun.

Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk di Indonesia



Sumber: Databoks, 2018

Gambar 1. 2 Survey Pengguna Internet



Sumber: Riyanto, 2020

Internet adalah jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin. Indonesia sendiri juga mengalami kenaikan dalam penggunaan internet dari tahun ke tahun. Berdasarkan laporan terbaru *We Are Social*, seperti pada gambar 1.2 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini. Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya. Dimana setiap golongan usia yang sudah memiliki perangkat elektronik nya dapat mengakses dunia maya tersebut melalui jaringan internet. Persentase pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun yang memiliki masing-masing jenis perangkat diantaranya, *smartphone* (94%), *non-smartphone mobile phone* (21%), laptop atau komputer *desktop* (66%), tablet (23%), konsol game (16%), hingga *virtual reality device* (5,1%) (Haryanto, 2020).

Dari data diatas diketahui bahwa *smartphone* merupakan sebuah *tools* yang paling banyak digunakan untuk mengakses internet. Hal tersebut tidak lain disebabkan karena di tahun 2018 sudah lebih dari setengah populasi di Indonesia atau 56,2% telah menggunakan *smartphone*. Setahun setelahnya, sebanyak 63,3% masyarakat menggunakan ponsel pintar. Hingga 2025, setidaknya 89,2% populasi di Indonesia telah memanfaatkan ponsel pintar. Dalam kurun waktu enam tahun sejak 2019, penetrasi ponsel pintar di tanah air

tumbuh 25,9%. Penggunaan *smartphone* memiliki bermacam- macam fungsi. Bukan hanya menjadi sumber informasi dan sumber pengetahuan, *smartphone* merupakan salah satu indikator bahwa masyarakat di Indonesia telah mencukupi kebutuhan hidupnya (Pusparisa, 2020).

Dengan berkembangnya teknologi secara pesat membuat konsumen semakin terbiasa dengan segala sesuatu yang cepat atau instan. Itulah mengapa kemudian *Smartphone* hadir dengan memberikan kemudahan untuk para penggunanya. Terlebih adanya teknologi serta akses dengan internet yang sangat mudah membuat masyarakat bisa dengan mudah pembelian berupa produk maupun jasa melalui *smartphone*. Adanya perubahan perilaku dari konsumen tersebutlah yang membuat para pengembang aplikasi digital semakin marak dengan menawarkan produk maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Tidak terkecuali pada pembelian produk ataupun jasa layanan kesehatan. Sebagai contoh aplikasi layanan kesehatan digital yang sudah ada adalah Alodokter.

Alodokter didirikan oleh Nathanael Faibis pada bulan juli 2014. Dengan latar belakang pendidikan ESSEC *Business School* pada tahun 2006 hingga tahun 2009. Faibis mendirikan Alodokter dengan tujuan untuk menyajikan berbagai informasi yang akurat kepada masyarakat luas terkait dengan kesehatan. Konsep yang dibangun Nathanael Faibis di Alodokter juga sangat menarik dimana pada *platform* ini pengguna tidak hanya mendapatkan informasi tentang kesehatan saja, melainkan mereka juga bisa bertanya secara langsung kepada dokter-dokter professional. Keakuratan informasi kesehatan yang ada di Alodokter tetap terjaga dikarenakan konten pada situs ini hanya mendasarkan pada riset ilmiah dan disunting secara seksama oleh para dokter sehingga kepercayaan masyarakat pada aplikasi layanan kesehatan ini semakin tinggi. Meskipun pada dasarnya kegiatan konsultasi kesehatan harus dilakukan secara langsung bersama dengan seorang dokter, namun ketika seseorang mengkonsultasikannya dengan mudah dan cepat secara online, setidaknya hal ini tentu dapat memberikan gambaran awal mengenai kesehatan yang bersangkutan (Finansialku.com). Supaya alodokter dapat berkompetisi dan membuat sebuah kepuasan kepada pengguna aplikasi Alodokter sudah

seharusnya Alodokter meningkatkan kualitas pelayanan, baik dalam aplikasi maupun *website* yang dimiliki atau dapat disebut juga dengan *e-service quality*.

Sejauh ini sudah berbagai macam cara untuk meningkatkan *e-service quality* nya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pihak Alodokter, berbagai macam usaha yang sudah dilakukan Alodokter agar dapat meningkatkan *e-service quality* nya adalah dengan adanya tim telemedika pada Alodokter, dimana tim telemedika tersebut merupakan semacam *customer service (human)* yang melayani *customer* dari Alodokter itu sendiri. Dimana aplikasi lain masih menggunakan *customer service* berupa “*by-system*”. Selain itu juga terdapat tim *telemarketing* pada Alodokter dimana tim *telemarketing* tersebut bertugas untuk menawarkan Alodokter proteksi kepada pengguna dari aplikasi Alodokter itu sendiri.

Meskipun pihak Alodokter telah melakukan berbagai macam upaya untuk meningkatkan *e-service quality* nya bagi konsumennya, tapi Alodokter rupanya masih mendapatkan *complaint* yang masuk melalui *review* aplikasi Alodokter pada *app-store* seperti:

Tabel 1. 1 Review Pengguna Alodokter Yang Mengeluhkan Bahwa Pelayanan Dari Alodokter Buruk

No	Keluhan	Jumlah keluhan bulan Januari 2021	Jumlah keluhan bulan Februari 2021	Jumlah keluhan bulan Maret 2021	Jumlah keluhan bulan April 2021
1.	Kualitas dari tenaga medis yang belum memadai	1	0	2	0
2.	Tidak adanya respon dari <i>Customer Service</i> tentang <i>refund</i> dana	1	0	0	0
3.	Autodebet aplikasi tanpa persetujuan <i>customer</i> Alodokter.	10	17	19	22

Tabel dilanjutkan ke halaman 5

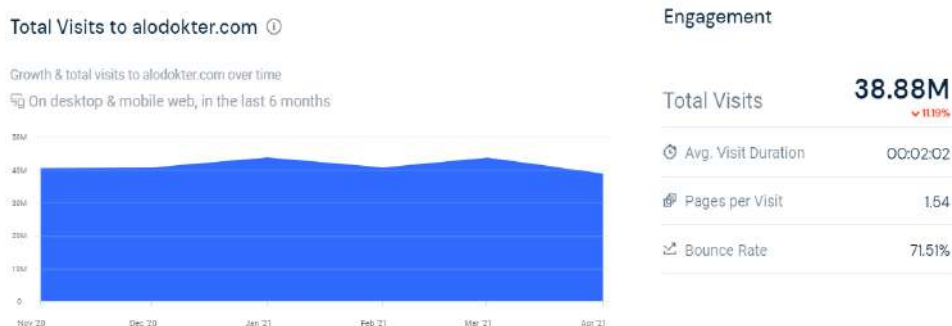
Lanjutan Tabel

4.	Proses pengiriman obat cenderung lama	0	0	1	1
5.	<i>Trouble</i> saat <i>log-in</i> aplikasi Alodokter	0	0	1	0
6.	Data yang dimiliki aplikasi Alodokter tidak sama dengan data yang diberikan kepada rumah sakit rekanan Alodokter	0	0	0	1

Sumber: *Most critical Apple app-store reviews*, 2021.

Selain *reviews* tersebut, *platform* penyedia analisa *website* dan aplikasi, terdapat penurunan jumlah pengunjung dari *website* Alodokter. Pada bulan Januari 2021 mengalami penurunan sejumlah 3.116.819 ke bulan Februari 2021. Kemudian mengalami penurunan kembali pada bulan Maret 2021 ke bulan April 2021 sejumlah 4.901.288. Hal tersebut terjadi diduga karena persaingan antar jasa pelayanan aplikasi kesehatan digital yang semakin marak dan juga niat beli atau pemakaian ulang aplikasi Alodokter yang membuat menurunnya pengunjung Alodokter (*similar website*, 2021).

Gambar 1. 3 Grafik Jumlah Pengunjung di Alodokter



Sumber: www.similarweb.com

Untuk mengetahui bagaimana pandangan konsumen terhadap *e-service quality* dari Alodokter, penulis melakukan studi pendahuluan (*preliminary research*) dengan 7 orang pengguna aplikasi layanan kesehatan digital Alodokter. Studi pendahuluan (*preliminary research*) dibuat dengan tujuan untuk mendapatkan informasi tentang hal apa yang mempengaruhi konsumen untuk kembali menggunakan jasa layanan kesehatan digital Alodokter. Dari hasil *preliminary research* tersebut diperoleh data berupa 6 dari 7 pengguna merasa pelayanan Alodokter dinilai kurang memuaskan disebabkan oleh *customer service* yang terkesan memaksa konsumennya untuk berlanggan paket berobat *unlimited* chat dengan dokter dan langsung terpotong ke saldo konsumen tanpa persetujuan lebih dahulu dari konsumen dan 1 dari ke 7 orang tersebut mengatakan bahwa pengiriman obat dari Alodokter terkesan lama dan lebih efektif apabila langsung membeli obat kepada apotek saja.

Melihat hal-hal tersebut, penulis memiliki sebuah ketertarikan untuk mengadakan penelitian mengenai dimensi dari *e-service quality* apa saja yang berpengaruh kepada niat penggunaan ulang aplikasi Alodokter. Setelah penelitian ini selesai diharapkan Alodokter untuk meningkatkan layanan dari aplikasi-nya supaya dapat memberikan kemudahan untuk *customer-customer* nya untuk menggunakan jasa layanan kesehatan digital dari Alodokter sehingga terciptanya sebuah kepuasan hingga terjadi nya niat pemakaian oleh konsumen. Maka dari itu penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Niat Penggunaan Ulang Aplikasi Layanan Kesehatan Digital Alodokter”**.

1.2 Rumusan Masalah:

Dari fenomena yang sudah dijelaskan diatas, peneliti merumuskan masalah yang ada menjadi:

1. Bagaimana persepsi konsumen atas *e-service quality* pada aplikasi layanan kesehatan digital Alodokter?
2. Bagaimana niat penggunaan ulang konsumen pada aplikasi layanan kesehatan digital Alodokter?
3. Seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap niat penggunaan ulang aplikasi layanan kesehatan digital Alodokter.

1.3 Tujuan Penelitian:

Dari rumusan masalah yang sudah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui persepsi konsumen atas *e-service quality* pada aplikasi layanan kesehatan digital Alodokter.
2. Mengetahui niat penggunaan ulang konsumen pada aplikasi layanan kesehatan digital Alodokter.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap niat penggunaan ulang aplikasi layanan kesehatan digital Alodokter.

1.4 Manfaat Penelitian:

Berdasarkan tujuan dari penelitian, berikut manfaat atau kegunaan dari penelitian untuk yang bersangkutan dengan penelitian ini

1. Bagi Perusahaan:

Penelitian ini diharapkan untuk menjadi sebuah masukan yang positif bagi Alodokter dalam penyusunan strategi perusahaan di masa yang akan datang agar dapat meningkatkan tingkat *E-Service Quality* dan niat penggunaan aplikasi Alodokter.

2. Bagi Peneliti:

Hasil dari penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan ulang aplikasi layanan kesehatan digital dengan tingkat pelayanan aplikasinya melalui *E-Service Quality*.

3. Bagi Akademisi dan Praktisi:

Memberikan bahan referensi dan sebagai pembanding untuk penelitian sejenis lainnya yang bisa digunakan untuk keperluan studi peneliti selanjutnya *E-Service Quality*.

1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.5.1 Kerangka Pemikiran

Hasil survei pada bulan april 2021, diketahui data sebanyak 88,1% pengguna internet di Indonesia sudah memakai layanan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu dalam beberapa bulan terakhir (Andi.link). Persentase tersebut merupakan yang tertinggi di dunia dalam hasil survey. Dari hasil survey tersebut dapat dilihat bahwa pengguna internet di Indonesia mayoritas sudah menggunakan *e-commerce* untuk memenuhi keperluan mereka. Hal tersebut merupakan dampak dari adanya kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini. Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya (inet.detik.com).

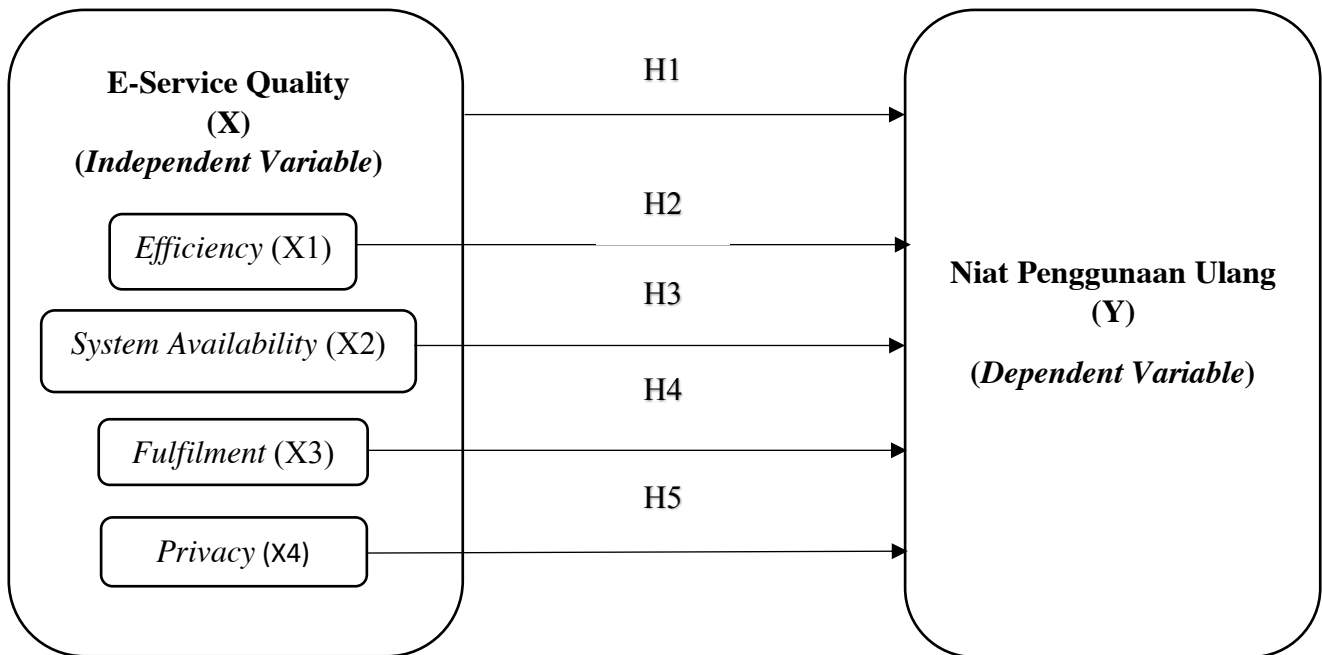
Dampak dari berkembangnya *e-commerce* tersebut muncul persaingan antar perusahaan, dimana perusahaan-perusahaan tersebut berlomba agar masyarakat memiliki keinginan untuk menggunakan *e-commerce* perusahaan mereka dan juga bagaimana cara perusahaan tersebut menciptakan sebuah tingkat kepuasan kepada para konsumennya. Dengan adanya *e-commerce* akan berdampak kepada pelaku bisnis menjadi lebih gencar dalam memasarkan produknya. Penyedia *e-commerce* juga harus memperhatikan dari segi pelayanan, dan bukan hanya dari produk yang disediakan saja.

E-service quality adalah salah satu bentuk evaluasi layanan yang disampaikan pada konsumen oleh penyedia layanan. *E-service quality* dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan internet. Maka dari itu *e-service quality* bertujuan untuk mempermudah proses jual-beli itu sendiri melalui cakupan yang lebih luas lagi. Kualitas pelayanan adalah bahwa seorang penjual telah memberikan kualitas produk yang berupa barang atau pelayanan penjual memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Handayani, 2013).

Pada dasarnya konsumen dapat merasakan sebuah kepuasan ataupun tidak setelah melakukan sebuah pembelian, yang kemudian terlibat dalam perilaku pasca pembelian (Kotler & Keller, 2016:33). Dari kepuasan yang dialami konsumen tersebut maka kemudian akan kembali membeli, memuji produk tersebut terhadap orang disekitarnya. Penelitian Pamenang & Susanto (2016) menunjukkan jika kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap niat beli ulang produk. Menurut Cynthiadewi & Hatammimi (2014) menyatakan kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap niat beli ulang konsumen.

Dari fenomena serta penelitian awal yang telah dilakukan, penulis memiliki sebuah dugaan, yaitu terdapat pengaruh dari *e-service quality* yang baik terhadap konsumen ketika melakukan penggunaan ulang terhadap aplikasi layanan kesehatan digital Alodokter. Model penelitian yang dikembangkan oleh penulis berdasarkan kerangka pemikiran adalah sebagai berikut:

Gambar 1. 4 Kerangka Teoritis



Sumber: Hasil Olahan Data Penulis

1.5.2 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka dapat dirumuskan hipotesis yaitu:

H1: *E-Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan ulang konsumen Alodokter.

H2: Dimensi *Efficiency* memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan ulang konsumen Alodokter.

H3: Dimensi *System Availability* memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan ulang konsumen Alodokter.

H4: Dimensi *Fulfilment* memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan ulang konsumen Alodokter.

H5: Dimensi *Privacy* memiliki pengaruh positif terhadap niat penggunaan ulang konsumen Alodokter.

