

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer yang di dapatkan langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Adapun kuesioner penelitian yang disebarkan berisi pernyataan dan pertanyaan seluruh variabel yang ada pada penelitian yaitu *E-Service Quality*, *e-trust*, *E-Satisfaction* dan *Continuance Intention*. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan dimulai dari identitas responden kemudian memilih satu jawaban yang ada di kuesioner. Kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert 1-5 poin. Poin 1 menyatakan responden sangat tidak setuju, poin 2 untuk tanggapan tidak setuju, poin 3 untuk netral, poin 4 untuk tanggapan setuju, dan poin 5 untuk tanggapan sangat setuju. Pertanyaan dan pernyataan pada penelitian ini secara menyeluruh sebanyak 26 pertanyaan. Variabel *E-Service Quality* terdapat 5 dimensi dan 17 pertanyaan, variabel *E-Trust* sebanyak 3 pertanyaan, variabel *E-Satisfaction* sebanyak 3 pertanyaan dan variabel *Continuance Intention* sebanyak 3 pertanyaan. Pengolahan jawaban dalam penelitian ini menggunakan *software SMARTPLS* versi 4.1.

Kuesioner penelitian ini dibagikan melalui penyebaran link google form secara *online* melalui *direct message* whatsapp, Instagram, dan tiktok. Penyebaran juga dilakukan secara *offline* dengan bertanya langsung kepada responden yang memenuhi kriteria dan meminta untuk melakukan pengisian kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan dari 9 Juli 2026 hingga 19 Juli 2026. Responden yang terkumpul pada penelitian ini sebanyak 132 responden, namun 2 responden tidak memenuhi kriteria responden sehingga di eliminasi. 130 responden lainnya adalah responden yang sesuai dengan kriteria yaitu pengguna layanan konsultasi online aplikasi Halodoc dengan penggunaan minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir, berdomisili Sumatera Barat dan minimal usia 17 tahun. Kuesioner yang berhasil dikumpulkan selanjutnya diolah dengan melakukan analisis data secara deskriptif

untuk melihat Gambaran secara menyeluruh tanggapan yang diberikan responden pada kuesioner, selanjutnya pengujian model pengukuran untuk menguji validitas dan realibitas terhadap pernyataan penelitian, Langkah berikutnya yaitu menguji hubungan antar variabel dan melakukan pegujian terhadap hipotesis penelitian ini.

1.2 Tingkat Pengembalian Kuesioner

Pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu penggunaan aplikasi Halodoc dan layanan konsultasi online terhadap *Continuance Intention* melalui *E-Satisfaction* sebagai variabel mediasi dan *E-Service Quality* dan *E-Trust* sebagai variabel independen di Sumatera Barat.

Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner

No	Kuesioner	Jumlah
1	Kuesioner didistribusikan	132
2	Kuesioner kembali	132
3	Kuesioner tidak memenuhi kriteria penelitian	2
4	Total kuesioner yang dapat diolah	130
		130

Sumber: Data Primer yang Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.1, jumlah kuesioner yang didistribusikan sebanyak 132 kuesioner dan seluruhnya kembali. Selanjutnya dilakukan proses seleksi terhadap jawaban responden berdasarkan kriteria penelitian. Hasil seleksi menunjukkan terdapat 2 responden yang tidak memenuhi kriteria penelitian sehingga tidak digunakan dalam proses analisis data selanjutnya.

1.3 Karakteristik Responden

1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	
	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	53	41
Perempuan	77	59
Total	130	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di dominasi oleh perempuan sebanyak 77 responden dari 130 responden dengan persentase 59%. Sementara untuk responden laki – laki sebanyak 53 dari 130 responden dengan persentase 41%. Tingginya responden pada Perempuan tidak mengartikan bahwa penelitian ini memiliki fokus hanya pada perempuan. Layanan konsultasi online pada aplikasi Halodoc dapat diakses oleh perempuan dan laki-laki yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing.

1.3.2 Karakteristik responden berdasarkan usia

Deskripsi usia yang dijadikan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	
	Jumlah	Persentase
17 - 21	19	14,6
22 – 26	42	32,3
27 - 31	35	26,9
32 - 36	20	15,5
37 - 41	7	5,4
42 - 46	3	2,3
47 - 51	4	3,1
52 - 56	-	-
>56	-	-
Total	130	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, responden dengan usia 22 – 26 tahun yang menjadi responden tertinggi sebanyak 32,3% dengan jumlah 42 responden. Kemudian dengan secara berurutan usia responden yang mengisi kuesioner usia 27-31 tahun sebanyak 26,9% dengan jumlah responden 35, usia 32-36 sebanyak 15,5% sebanyak 20 responden, usia 17-21 sebanyak 14,6% sebanyak 19 responden, usia 37-41 sebanyak 4,4% sebanyak 7 responden, usia 42-46 sebanyak 2,3% dengan jumlah 3 responden dan usia 47-51 sebanyak 3,1% dengan jumlah responden 4 responden. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna layanan konsultasi online Halodoc didominasi oleh masyarakat usia produktif yang umumnya telah terbiasa memanfaatkan teknologi digital dalam memenuhi kebutuhan layanan kesehatan.

4.3.3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Berikut karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	
	Jumlah	Persentase
Pelajar/mahasiswa	57	43,8
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	35	26,9
Pegawai Swasta	29	22,3
Wirausaha	9	6,9
Total	130	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas responden dengan status pelajar/mahasiswa menjadi responden yang mendominasi pada penelitian ini sebanyak 43,8% sebanyak 57 responden. Kemudian responden dengan pekerjaan Pegawai Negeri Sipil sebanyak 26,9% dengan jumlah responden 35, Pegawai Swasta sebanyak 22,3% dengan jumlah responden 29 dan wirausaha sebanyak 6,9% sebanyak 9 responden. Dominannya responden yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa menunjukkan bahwa kelompok tersebut merupakan pengguna yang cukup aktif dalam memanfaatkan layanan konsultasi online pada aplikasi Halodoc. Hal ini dapat disebabkan oleh tingginya tingkat pemanfaatan teknologi digital dikalangan usia muda serta kemudahan akses layanan konsultasi kesehatan melalui aplikasi. Selain itu, responden yang telah bekerja, baik sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) maupun pegawai swasta, juga menunjukkan proporsi yang cukup besar. Kondisi ini mengindikasikan bahwa layanan konsultasi online Halodoc dimanfaatkan oleh berbagai kelompok pekerjaan sebagai alternatif untuk memperoleh layanan kesehatan yang lebih praktis, efisien, dan dapat diakses tanpa harus mengganggu aktivitas pekerjaan.

1.3.3 Karakteristik responden berdasarkan jenis layanan konsultasi online yang pernah digunakan

Berikut karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Layanan Konsultasi Yang di Gunakan

Jenis layanan	Frekuensi	
	Jumlah	Persentase
Dokter umum	60	46,2
Spesialis kulit	51	39,2
Spesialis penyakit dalam	6	4,6
Spesialis THT	6	4,6
Psikiater	13	10
Psikolog klinis	7	5,4
Seksologi dan reproduksi	3	2,3
Dokter gigi	9	6,9
Gerd	27	20,8
Spesialis kandungan	6	4,6
Dokter hewan	4	3,1

Sumber : Data Primer yang Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan jenis layanan konsultasi online yang digunakan menunjukkan bahwa layanan yang paling banyak dimanfaatkan responden adalah layanan konsultasi dengan dokter umum sebanyak 60 responden. Selanjutnya, layanan dokter spesialis kulit digunakan oleh 51 responden, diikuti layanan konsultasi GERD sebanyak 27 responden, psikiater sebanyak 13 responden, dokter gigi sebanyak 9 responden, psikolog klinis sebanyak 7 responden, serta layanan dokter spesialis THT, dokter spesialis penyakit dalam, dan dokter spesialis kandungan yang masing-masing digunakan oleh 6 responden. Dominannya penggunaan layanan dokter umum menunjukkan bahwa sebagian besar responden memanfaatkan aplikasi Halodoc sebagai sarana konsultasi awal untuk memperoleh informasi, saran, maupun penanganan terhadap keluhan kesehatan yang bersifat umum sebelum melakukan pemeriksaan atau tindakan medis lebih lanjut. Sementara itu, tingginya penggunaan layanan dokter spesialis kulit mengindikasikan bahwa konsultasi terkait permasalahan kulit juga menjadi

salah satu kebutuhan yang cukup banyak dilakukan melalui aplikasi Halodoc. Temuan ini menunjukkan bahwa layanan konsultasi online Halodoc dimanfaatkan oleh responden untuk berbagai kebutuhan kesehatan, baik untuk konsultasi kesehatan umum maupun konsultasi pada bidang medis tertentu sesuai dengan keluhan yang dialami.

1.3.4 Karakteristik responden berdasarkan domisili

Tabel 4. 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Frekuensi	
	Jumlah	Persentase
Kabupaten Agam	12	9,2
Kabupaten Dharmasraya	6	4,6
Kabupaten Lima Puluh Kota	9	6,9
Kabupaten Padang Pariaman	10	7,7
Kabupaten Pasaman	7	5,4
Kabupaten Pasaman Barat	10	7,7
Kabupaten Pesisir Selatan	12	9,2
Kabupaten Sijunjung	6	4,6
Kabupaten Solok	9	6,9
Kabupaten Solok Selatan	4	3,1
Kabupaten Tanah Datar	9	6,9
Kabupaten Kepulauan Mentawai	1	0,8
Kota Bukittinggi	3	2,3
Kota Padang	21	16,2
Kota Padang Panjang	2	1,5
Kota Pariaman	2	1,5
Kota Payakumbuh	3	2,3
Kota Sawahlunto	2	1,5
Kota Solok	2	1,5

Sumber : Data Primer yang Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 4.6, karakteristik responden berdasarkan domisili menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini berasal dari seluruh kabupaten dan kota di Provinsi Sumatera Barat. Responden terbanyak berasal dari Kota Padang, yaitu sebanyak 21 orang atau 16,2%. Selanjutnya, Kabupaten Agam dan Kabupaten Pesisir Selatan masing-masing menyumbang 12 responden atau 9,2%, diikuti Kabupaten Padang Pariaman dan Kabupaten Pasaman Barat masing-masing sebanyak 10 responden atau 7,7%. Kabupaten Lima Puluh Kota, Kabupaten Solok,

dan Kabupaten Tanah Datar masing-masing berjumlah 9 responden atau 6,9%, sedangkan Kabupaten Pasaman berjumlah 7 responden atau 5,4%. Kabupaten Dharmasraya dan Kabupaten Sijunjung masing-masing memiliki 6 responden atau 4,6%, sementara Kabupaten Solok Selatan sebanyak 4 responden atau 3,1%. Adapun Kota Bukittinggi dan Kota Payakumbuh masing-masing berjumlah 3 responden atau 2,3%, sedangkan Kota Pariaman, Kota Solok, Kota Sawahlunto, dan Kota Padang Panjang masing-masing sebanyak 2 responden atau 1,5%. Kabupaten Kepulauan Mentawai merupakan wilayah dengan jumlah responden paling sedikit, yaitu sebanyak 1 responden atau 0,8%.

Sebaran responden yang mencakup seluruh kabupaten dan kota di Provinsi Sumatera Barat menunjukkan bahwa penelitian ini telah memperoleh keterwakilan wilayah yang cukup baik. Dominannya responden yang berasal dari Kota Padang sejalan dengan kondisi Kota Padang sebagai wilayah dengan jumlah penduduk terbesar di Provinsi Sumatera Barat. Sementara itu, jumlah responden dari kabupaten dan kota lainnya disesuaikan secara proporsional berdasarkan distribusi penduduk, sehingga setiap wilayah tetap memperoleh keterwakilan dalam penelitian ini.

1.4 Analisa Deskriptif Penelitian

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat gambaran atau data-data deskriptif yang di dapat dari tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan kuesioner penelitian yang diukur menggunakan skala likert.

4.4.1 Deskriptif Variabel *E-Service Quality*

Analisis deskriptif *E-Service Quality* layanan konsultasi aplikasi Halodoc ini menunjukkan bahwa frekuensi alternatif yang dipilih oleh responden untuk 5 dimensi dan 17 indikator yang mewakili indikator dari variabel *E-Service Quality*. Frekuensi yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 7 Deskriptif variabel E-Service Quality

Dimensi	Indikator	Pertanyaan	1	2	3	4	5	Total	Rata - Rata	TCR
---------	-----------	------------	---	---	---	---	---	-------	-------------	-----

<i>User Interface</i>	UI1	Halodoc menampilkan informasi layanan konsultasi online yang akurat dan sesuai dengan kebutuhan saya	5	3	14	70	38	130	4,02	80,46
	UI2	Halodoc mudah digunakan saat mengakses layanan konsultasi online	3	8	11	65	43	130	4,05	81,07
	UI3	Alur untuk memulai hingga selesai konsultasi online pada aplikasi Halodoc sangat praktis sehingga menghemat waktu saya	4	6	15	71	34	130	3,96	79,23
<i>Responsiveness</i>	R1	Halodoc mampu mendengarkan dan menanggapi masukan atau keluhan saya terkait penggunaan layanan konsultasi online	9	6	41	65	9	130	3,453	69,07
	R2	Halodoc menanggapi masukan atau keluhan saya terkait penggunaan layanan konsultasi online dengan cepat	11	7	56	46	10	130	3,28	65,69
	R3	Proses layanan konsultasi online di Halodoc berjalan dengan cepat	4	6	13	74	33	130	3,90	78,15
	R4	Halodoc selalu bersedia membantu saya Ketika mengalami kendala dalam menggunakan layanan konsultasi online	10	4	57	51	8	130	3,30	66,61
<i>Need Fulfillment</i>	NF1	Layanan konsultasi online Halodoc mampu memenuhi	4	4	12	54	56	130	4,18	83,69

		kebutuhan kesehatan saya								
	NF2	Layanan konsultasi online Halodoc menyediakan layanan konsultasi yang sesuai dengan kebutuhan saya	3	7	13	54	53	130	4,13	82,61
	NF3	Layanan konsultasi online Halodoc diberikan sesuai dengan informasi dan janji layanan yang di tampilkan	5	4	13	75	33	130	3,97	79,53
Security	SE1	Saya merasa informasi pribadi dan data kesehatan saya tersimpan dengan aman dan tidak disebarluaskan pada layanan konsultasi online Halodoc	2	9	11	54	54	130	4,14	82,92
	SE2	Halodoc menjaga kerahasiaan data pribadi dan riwayat konsultasi online saya	4	6	14	57	49	130	4,08	81,69
	SE3	Saya merasa aman melakukan pembayaran layanan konsultasi online melalui Halodoc	4	6	17	57	46	130	4,03	80,76
Customer Service	CS1	Pusat bantuan (<i>customer service</i>) Halodoc menyediakan pilihan kategori masalah yang lengkap terkait kendala konsultasi online	2	6	32	55	35	130	3,88	77,69
	CS2	<i>Customer service</i> pada aplikasi Halodoc dapat menjawab pertanyaan saya dengan cepat mengenai layanan konsultasi online	4	5	27	58	36	130	3,9	78

	CS3	Layanan bantuan (<i>customer service</i>) di Halodoc selalu siap sedia kapanpun saya mengalami masalah terkait konsultasi online	4	3	31	54	38	130	3,91	78,30
	CS4	Halodoc menyediakan layanan kontak yang dapat saya hubungi ketika membutuhkan bantuan terkait layanan konsultasi online	2	7	30	57	34	130	3,87	77,53

Sumber : Data Primer yang Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.7 hasil analisis deskriptif terhadap variabel *E-Service Quality*, secara umum responden memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas layanan konsultasi online pada aplikasi Halodoc. Hal ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata setiap indikator yang berada pada kategori baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden menilai kualitas layanan yang diberikan Halodoc telah mampu memenuhi harapan pengguna. Indikator yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi adalah indikator Need Fulfillment (NF1) dengan nilai rata-rata sebesar 4,18, yaitu pada pernyataan "Layanan konsultasi online Halodoc mampu memenuhi kebutuhan kesehatan saya." Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa layanan konsultasi online Halodoc telah mampu memenuhi kebutuhan kesehatan mereka, baik dalam memperoleh informasi maupun konsultasi medis secara praktis melalui platform digital. Sementara itu, indikator yang memperoleh nilai rata-rata terendah adalah indikator Responsiveness (R2) dengan nilai rata-rata sebesar 3,28, yaitu pada pernyataan "Halodoc menanggapi masukan atau keluhan saya terkait penggunaan layanan konsultasi online dengan cepat." Meskipun masih berada pada kategori cukup baik, hasil ini menunjukkan bahwa kecepatan Halodoc dalam merespons masukan atau keluhan pengguna masih dipersepsikan lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek responsivitas terhadap keluhan pelanggan masih memiliki ruang untuk ditingkatkan guna memberikan pengalaman layanan yang lebih optimal. Secara keseluruhan,

hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *E-Service Quality* memperoleh penilaian yang baik dari responden. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengguna layanan konsultasi online Halodoc menilai kualitas layanan yang diberikan telah mampu memenuhi kebutuhan pengguna, meskipun masih terdapat beberapa aspek, khususnya pada dimensi Responsiveness, yang perlu mendapatkan perhatian untuk meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan.

4.4.2 Deskriptif Variabel *E-trust*

Analisis deskriptif *E-Trust* layanan konsultasi aplikasi Halodoc ini menunjukkan bahwa frekuensi alternatif yang dipilih oleh responden untuk 3 indikator yang mewakili indikator dari variabel *e-trust*. Frekuensi yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel E-Trust

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	Total	Rata - Rata	TCR
T.1	Saya percaya bahwa aplikasi Halodoc aman dan andal untuk digunakan sebagai media konsultasi dokter secara online	3	5	31	52	39	130	3,91	78,30
T.2	Saya percaya bahwa para dokter yang disediakan oleh Halodoc memiliki keahlian medis yang valid untuk memberikan konsultasi online	4	26	4	65	31	130	3,71	74,30
T.3	Halodoc memudahkan saya mempercayai dokter dengan memunculkan rating bintang dokter secara otomatis di profil dokter	5	4	37	54	30	130	3,76	75,38

Sumber : Data Primer yang Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.8 analisis deskriptif terhadap variabel E-Trust, secara umum responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap tingkat kepercayaan pada layanan konsultasi online Halodoc. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kepercayaan yang cukup baik terhadap aplikasi Halodoc sebagai media konsultasi kesehatan secara online. Indikator yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi adalah indikator T1 dengan nilai rata-rata sebesar 3,91, yaitu pada pernyataan "Saya percaya bahwa aplikasi Halodoc aman dan andal untuk digunakan sebagai media konsultasi dokter secara online." Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden meyakini bahwa Halodoc merupakan platform yang aman dan dapat diandalkan untuk melakukan konsultasi kesehatan secara online. Kepercayaan terhadap keamanan dan keandalan aplikasi menjadi salah satu aspek penting yang mendorong pengguna untuk memanfaatkan layanan konsultasi online Halodoc. Sementara itu, indikator yang memperoleh nilai rata-rata terendah adalah indikator T2 dengan nilai rata-rata sebesar 3,71, yaitu pada pernyataan "Saya percaya bahwa para dokter yang disediakan oleh Halodoc memiliki keahlian medis yang valid untuk memberikan konsultasi online." Meskipun memperoleh nilai rata-rata paling rendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut masih berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kepercayaan yang cukup baik terhadap kompetensi dokter yang tersedia di Halodoc, namun persepsi mengenai keahlian medis dokter masih relatif lebih rendah dibandingkan kepercayaan terhadap keamanan dan keandalan aplikasi itu sendiri. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *E-Trust* memperoleh penilaian yang baik dari responden. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna layanan konsultasi online Halodoc memiliki tingkat kepercayaan yang baik terhadap aplikasi, baik dari aspek keamanan maupun keandalan layanan. Meskipun demikian, persepsi mengenai kompetensi dokter yang memberikan layanan konsultasi online masih dapat terus diperkuat guna meningkatkan kepercayaan pengguna secara menyeluruh.

4.4.3 Deskriptif Variabel *E-Satisfaction*

Analisis deskriptif *E-Satisfaction* layanan konsultasi aplikasi Halodoc ini menunjukkan bahwa frekuensi alternatif yang dipilih oleh responden untuk 3

indikator yang mewakili indicator dari variabel *E-Satisfaction*. Frekuensi yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel E-Satisfaction

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	Total	Rata - Rata	TCR
SA.1	Saya merasa puas terhadap pengalaman menggunakan layanan konsultasi online Halodoc	2	5	13	87	23	130	3,95	79,07
SA.2	Layanan konsultasi online Halodoc memberikan tingkat kepuasan yang sesuai dengan harapan saya.	2	3	16	57	52	130	4,18	83,69
SA.3	Layanan konsultasi online Halodoc secara konsisten mampu memenuhi kebutuhan kesehatan saya.	2	4	13	77	34	130	4,05	81,07

Sumber : Data Primer yang Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.9 hasil analisis deskriptif terhadap variabel *E-Satisfaction*, secara umum responden memberikan penilaian yang baik terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan layanan konsultasi online Halodoc. Indikator yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi adalah indikator SA2 dengan nilai rata-rata sebesar 4,18, yaitu pada pernyataan "Layanan konsultasi online Halodoc memberikan tingkat kepuasan yang sesuai dengan harapan saya." Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai layanan konsultasi online Halodoc telah mampu memenuhi harapan mereka. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pengguna sehingga mampu menciptakan kepuasan dalam menggunakan layanan konsultasi online. Sedangkan indikator yang memperoleh nilai rata-rata terendah

adalah indikator SA1 dengan nilai rata-rata sebesar 3,95, yaitu pada pernyataan "Saya merasa puas terhadap pengalaman menggunakan layanan konsultasi online Halodoc." Meskipun memiliki nilai rata-rata paling rendah dibandingkan indikator lainnya, nilai tersebut masih berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden merasa puas terhadap pengalaman menggunakan layanan konsultasi online Halodoc, meskipun tingkat kepuasan yang dirasakan masih sedikit lebih rendah dibandingkan kesesuaian layanan dengan harapan responden. Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *E-Satisfaction* memperoleh penilaian yang baik dari responden. Hal ini membuktikan bahwa pengguna layanan konsultasi online Halodoc merasa puas terhadap layanan yang diterima, baik dari aspek pengalaman penggunaan maupun kesesuaian layanan dengan harapan.

4.4.4 Deskriptif Variabel *Continuance Intention*

Analisis deskriptif *Continuance Intention* layanan konsultasi aplikasi Halodoc ini menunjukkan bahwa frekuensi alternatif yang dipilih oleh responden untuk 3 indikator yang mewakili indikator dari variabel *E-Satisfaction*. Frekuensi yang dipilih oleh responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel Continuance Intention

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	Total	Rata - Rata	TCR
CI.1	Saya berniat terus menggunakan aplikasi Halodoc	4	3	11	59	53	130	4,18	83,69
CI.2	Selama layanan konsultasi online Halodoc tersedia, saya berniat untuk terus menggunakannya di masa mendatang	3	3	14	75	35	130	4,04	80,92
CI.3	Saya berniat menggunakan layanan konsultasi online Halodoc dimasa mendatang	2	7	11	80	30	130	3,99	79,84

Sumber : Data Primer yang Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.10 hasil analisis deskriptif terhadap variabel *Continuance Intention*, secara umum responden memberikan penilaian yang baik terhadap niat untuk terus menggunakan layanan konsultasi online Halodoc di masa mendatang. Indikator yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi adalah indikator CI1 dengan nilai rata-rata sebesar 4,18, yaitu pada pernyataan "Saya berniat terus menggunakan aplikasi Halodoc." Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki keinginan yang kuat untuk tetap menggunakan aplikasi Halodoc di masa yang akan datang. Tingginya penilaian pada indikator ini mengindikasikan bahwa Halodoc telah mampu membangun niat penggunaan berkelanjutan aplikasi yang dinilai memberikan manfaat, kemudahan akses, serta pengalaman penggunaan yang positif bagi responden. Sementara itu, indikator yang memperoleh nilai rata-rata terendah adalah indikator CI3 dengan nilai rata-rata sebesar 3,99, yaitu pada pernyataan "Saya berniat menggunakan layanan konsultasi online Halodoc di masa mendatang." Meskipun merupakan indikator dengan nilai rata-rata terendah, nilai tersebut masih berada pada kategori baik. Temuan ini menunjukkan bahwa responden tetap memiliki niat untuk menggunakan layanan konsultasi online Halodoc pada masa yang akan datang, meskipun tingkat keyakinan tersebut sedikit lebih rendah dibandingkan niat untuk tetap menggunakan aplikasi Halodoc secara umum. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa sebagian responden mungkin akan mempertimbangkan kebutuhan, kondisi kesehatan, atau situasi tertentu sebelum kembali memanfaatkan layanan konsultasi online. Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *Continuance Intention* memperoleh penilaian yang baik dari responden. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna memiliki kecenderungan yang positif untuk terus menggunakan aplikasi Halodoc dan memanfaatkan layanan konsultasi online pada masa mendatang.

4.5 Analisis Data

Pada penelitian ini pengolahan data primer menggunakan *software* SmartPLS versi 4.1 dengan metode *Structural equation modelling* (SEM), dengan tahapan pengujian yaitu uji *measurement modelling (outer mode)*, uji *inner model* serta uji hipotesis. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan konsep

multimensional *second order confirmatory faktor analysis model*. Data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 130 responden dengan kriteria responden yaitu pernah menggunakan layanan konsultasi online pada aplikasi Halodoc. Data yang diperoleh disimpan dalam format *CSV (Comma delimited)* atau *Text document* agar tidak terjadi *error* saat menginput data.

4.5.1 Uji Measurement (Outer Model)

Uji ini dilakukan untuk menguji validitas dan reabilitas indikator yang dipakai. Bertujuan untuk mengetahui kelayakan kuisioner penelitian sebagai alat ukur pada penelitian.

4.5.1.1 Uji Validitas

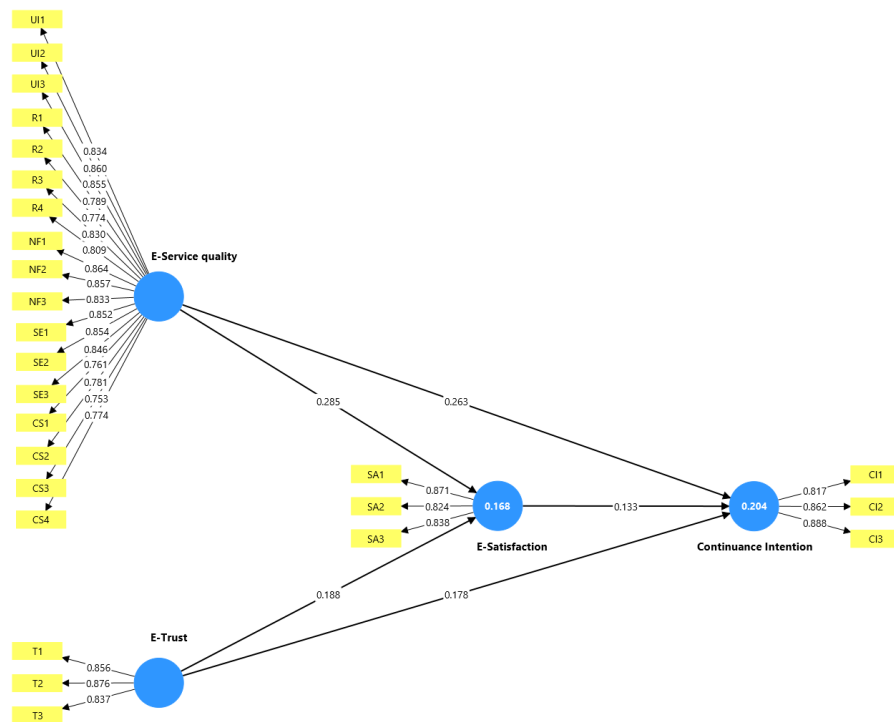
Uji ini dilakukan untuk mengukur kelayakan dari instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian. Instrument dinyatakan valid apabila instrument secara akurat dapat mengukur data yang diteliti. Uji validitas ini memiliki dua bagian yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan.

1. Convergen validity

Menurut (Hair et al., 2021), *Convergen validity* memiliki dua kriteria nilai yang dapat dievaluasi, yaitu menggunakan nilai loading factor dan nilai average extracted (AVE).

a. Nilai Outer Loading

Menurut (Hair et al., 2021), nilai *outer loading* menunjukkan tingkat hubungan antara indikator dengan konstruk laten yang di ukurnya. Semakin tinggi nilai *outer loading*, semakin besar kemampuan indikator dalam merepresentasikan konstruk yang diukur. Menurut Hair et al., (2021), indikator dinyatakan memenuhi kriteria *convergent validity* apabila memiliki nilai *outer loading* $\geq 0,70$. Indikator dengan nilai *outer loading* antara 0,40 – 0,70 masih dapat dipertimbangkan untuk dipertahankan apabila penghapusannya tidak memberikan peningkatan yang berarti terhadap kualitas model pengukuran. Hasil model pengukuran awal (*outer model*) menggunakan SmartPLS 4.1 disajikan sebagai berikut :



Gambar 4. 1 Hasil Outer Loading

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS 4.1 (2026)

Berdasarkan gambar 4.1, seluruh indikator pada masing – masing konstruk memiliki nilai *outer loading* diatas 0,70. Nilai *outer loading* pada penelitian 0,753 hingga 0,888, sehingga seluruh indikator telah memenuhi kriteria *convergent validity*. Berikut tabel yang menunjukkan nilai *outer loading* penelitian ini:

Tabel 4. 11 Nilai Outer Loading

Indikator	<i>Continuance Intention</i>	<i>E-Satisfaction</i>	E-Service quality	E-Trust	Keterangan
UI1			0.834		Valid
UI2			0.860		Valid
UI3			0.855		Valid
R1			0.789		Valid
R2			0.774		Valid
R3			0.830		Valid
R4			0.809		Valid
NF1			0.864		Valid
NF2			0.857		Valid
NF3			0.833		Valid
SE1			0.852		Valid

SE2			0.854		Valid
SE3			0.846		Valid
CS1			0.761		Valid
CS2			0.781		Valid
CS3			0.753		Valid
CS4			0.774		Valid
T1				0.856	Valid
T2				0.876	Valid
T3				0.837	Valid
SA1		0.871			Valid
SA2		0.824			Valid
SA3		0.838			Valid
CI1	0.817				Valid
CI2	0.862				Valid
CI3	0.888				Valid

Sumber : Pengolahan Data SmartPLS 4.1 (2026)

Berdasarkan tabel 4.11 diatas output nilai loading factor semua pernyataan variabel *e-sevice quality*, *e-trust*, *E-Satisfaction*, dan *Continuance Intention* memiliki nilai $\geq 0,70$ loading factor. Sehingga semua dinyatakan valid. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator/pernyataan yang digunakan berhasil mengukur korelasi antara skor indikator/pernyataan dengan konstruk/variabel, sehingga mendukung validitas konstruk model pengukuran.

b. Average Variance Extracted (AVE)

Menurut (Hair et al., 2021), nilai AVE menunjukkan besarnya varians indikator yang mampy dijelaskan oleh konstruk laten dibandingkan dengan varians yang disebabkan oleh kesalahan pengukuran (*measurement error*). Suatu konstruk dinyatakan memenuhi kriteria *convergen validity* apabila memiliki nilai AVE $\geq 0,50$, yang menunjukkan bahwa konstruk tersebut mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator-indikator yang membentuknya. Output hasil estimasi average variance extracted (AVE) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 12 Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)	keterangan
----------	------------------	-------------------------------	-------------------------------	----------------------------------	------------

<i>Continuance Intention</i>	0.823	0.878	0.891	0.733	valid
<i>E-Satisfaction</i>	0.802	0.829	0.882	0.713	valid
<i>E-Service Quality</i>	0.969	0.973	0.972	0.673	valid
E-Trust	0.824	0.871	0.892	0.733	valid

Sumber : Pengolahan Data SmartPLS 4.1 (2026)

Berdasarkan tabel 4.12 seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai *average variance extracted* (AVE) di atas minimum yaitu 0,50. Nilai AVE pada variabel *continuance intention* sebesar 0,733, *E-Satisfaction* sebesar 0,713, *E-Service Quality* sebesar 0,673, dan *E-Trust* sebesar 0,733. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator-indikator yang membentuknya, sehingga seluruh konstruk dinyatakan telah memenuhi kriteria *convergent validity*.

Nilai AVE tertinggi diperoleh oleh variabel *Continuance Intention* dan *e-trust*, yaitu sebesar 0,733. Hal ini menunjukkan bahwa kedua konstruk tersebut memiliki kemampuan paling baik dalam menjelaskan varians indikator-indikator penyusunnya. Sementara itu, variabel *E-Service Quality* memiliki nilai AVE terendah, yaitu sebesar 0,673. Meskipun demikian, nilai tersebut tetap berada di atas batas minimum yang disyaratkan, sehingga konstruk *E-Service Quality* tetap dinyatakan valid dan mampu merepresentasikan indikator-indikatornya dengan baik. Maka model pengukuran (*outer model*) dinyatakan valid dan layak untuk dilanjutkan pada tahap pengujian *discriminant validity*.

2. *Diskriminant Validity*

Menurut Hair et al. (2021), *discriminant validity* bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model penelitian memiliki karakteristik yang berbeda satu sama lain, sehingga setiap konstruk benar-benar mengukur konsep yang dimaksud dan tidak mengukur konstruk lainnya. Dengan kata lain, *discriminant validity* menunjukkan sejauh mana suatu konstruk empiris benar-

benar berbeda dari konstruk lain dalam model penelitian. Pada penelitian ini, pengujian *discriminant validity* dilakukan menggunakan *Cross Loading*, *Fornell-Larcker Criterion*, dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Ketiga metode tersebut digunakan untuk memastikan bahwa indikator pada setiap konstruk memiliki kemampuan yang baik dalam membedakan konstruk yang diukur dengan konstruk lainnya. Cross loading.

a. Cross loading

Berikut hasil *cross loading* dalam penelitian ini:

Tabel 4. 13 Nilai Cross Loading Variabel

Indikator	<i>Continuance Intention</i>	<i>E-Satisfaction</i>	<i>E-Service Quality</i>	E-Trust
UI1	0.328	0.330	0.834	0.277
UI2	0.337	0.319	0.860	0.411
UI3	0.319	0.336	0.855	0.366
R1	0.327	0.296	0.789	0.479
R2	0.350	0.328	0.774	0.447
R3	0.399	0.283	0.830	0.281
R4	0.278	0.279	0.809	0.371
NF1	0.302	0.397	0.864	0.404
NF2	0.316	0.277	0.857	0.421
NF3	0.261	0.240	0.833	0.231
SE1	0.377	0.369	0.852	0.392
SE2	0.356	0.395	0.854	0.447
SE3	0.393	0.352	0.846	0.346
CS1	0.251	0.214	0.761	0.466
CS2	0.287	0.242	0.781	0.420
CS3	0.247	0.212	0.753	0.406
CS4	0.323	0.235	0.774	0.467
T1	0.238	0.272	0.457	0.856
T2	0.375	0.332	0.403	0.876
T3	0.239	0.198	0.355	0.837
SA1	0.293	0.871	0.386	0.312
SA2	0.234	0.824	0.247	0.253
SA3	0.189	0.838	0.294	0.242
CI1	0.817	0.184	0.234	0.248
CI2	0.862	0.277	0.286	0.248
CI3	0.888	0.267	0.447	0.362

Sumber : Pengolahan Data SmartPLS 4.1 (2026)

Berdasarkan tabel 4.13, hasil pengujian cross loading menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading yang tertinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan nilai loading terhadap konstruk lainnya. Menurut Hair et al.(2021), suatu indikator dinyatakan memenuhi kriteria discriminant validity apabila loading indikator pada konstruk yang diukurnya lebih besar dibandingkan nilai loading pada konstruk lain. Maka setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara lebih baik dari konstruk lainnya.

Berdasarkan hasil pengujian, indikator pada variabel *E-Service Quality* memiliki nilai loading 0,753 hingga 0,864, sedangkan nilai cross loading terhadap konstruk *Continuance Intention*, *E-Satisfaction* dan *E-Trust* berada pada nilai yang lebih rendah. Kemudian indikator pada variabel *E-Trust* memiliki nilai loading berkisar antara 0,837 hingga 0,876, indikator *E-Satisfaction* berkisar antara 0,824 hingga 0,871 dan indikator *Continuance Intention* berkisar 0,817 hingga 0,888. Seluruh nilai tersebut lebih tinggi dibandingkan nilai cross loading pada konstruk lainnya.

b. Fornell Larcker Criterion

Menurut Hair et al. (2021), suatu konstruk dinyatakan memenuhi discriminant validity apabila nilai akar kuadrat Average Variance Extracted ($\sqrt{AVE}$) pada setiap konstruk lebih besar dibandingkan nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Kriteria ini menunjukkan bahwa suatu konstruk memiliki hubungan yang lebih kuat dengan indikator-indikator yang membentuknya dibandingkan dengan konstruk lain dalam model penelitian.

Tabel 4. 14 Nilai Fornell Larcker Criterion

variabel	<i>Continuance Intention</i>	<i>E-Satisfaction</i>	<i>E-Service Quality</i>	E-Trust
<i>Continuance Intention</i>	0.856			
<i>E-Satisfaction</i>	0.289	0.845		
<i>E-Service Quality</i>	0.397	0.374	0.820	
E-Trust	0.345	0.323	0.473	0.856

Sumber : Pengolahan Data SmartPLS 4.1 (2026)

Berdasarkan Tabel 4.14, diketahui bahwa nilai akar kuadrat Average Variance Extracted ($\sqrt{\text{AVE}}$) pada seluruh konstruk lebih besar dibandingkan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Variabel *Continuance Intention* memiliki nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ sebesar 0,856, lebih besar dibandingkan korelasinya dengan *E-Satisfaction* (0,289), *E-Service Quality* (0,397), dan *E-Trust* (0,345). Kemudian, variabel *E-Satisfaction* memiliki nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ sebesar 0,845, yang lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk lainnya. Variabel *E-Service Quality* memiliki nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ sebesar 0,820, sedangkan variabel *E-Trust* memiliki nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ sebesar 0,856, yang masing-masing juga lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antar konstruk.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan indikator-indikator yang membentuknya dibandingkan hubungannya dengan konstruk lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria discriminant validity berdasarkan *Fornell-Larcker Criterion*, sehingga masing-masing konstruk mampu membedakan dirinya secara empiris dari konstruk lainnya.

c. Heteroit-Monotrait Ratio (HTMT)

Menurut Hair et al. (2021), HTMT merupakan metode yang lebih sensitif dalam mendeteksi *discriminant validity* dibandingkan metode tradisional. Suatu model dinyatakan memenuhi *discriminant validity* apabila nilai HTMT berada di bawah 0,90, atau di bawah 0,85 apabila konstruk yang dibandingkan memiliki perbedaan konseptual yang tinggi.

Tabel 4. 15 Nilai Heteroit-Monotrait Ratio (HTMT)

<i>Continuance Intention</i>	<i>Continuance Intention</i>	<i>E-Satisfaction</i>	<i>E-Service Quality</i>	<i>E-Trust</i>
<i>Continuance Intention</i>				
<i>E-Satisfaction</i>	0.340			

<i>E-Service Quality</i>	0.413	0.405		
E-Trust	0.384	0.375	0.531	

Sumber : Pengolahan Data SmartPLS 4.1 (2026)

Berdasarkan Tabel 4.15, diketahui bahwa seluruh nilai HTMT antar konstruk berada di bawah batas maksimum yang direkomendasikan, yaitu 0,90. Nilai HTMT berkisar antara 0,340 hingga 0,531, dengan nilai tertinggi terdapat pada hubungan antara *E-Service Quality* dan *E-Trust*, yaitu sebesar 0,531, sedangkan nilai terendah terdapat pada hubungan antara *Continuance Intention* dan *E-Satisfaction*, yaitu sebesar 0,340.

Meskipun terdapat variasi nilai antar konstruk, seluruh nilai HTMT masih berada jauh di bawah batas maksimum 0,90, bahkan seluruhnya juga berada di bawah 0,85. Hal ini menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam penelitian memiliki tingkat perbedaan yang memadai dan tidak mengalami tumpang tindih dalam mengukur konsep yang diteliti.

Berdasarkan hasil pengujian *Cross Loading*, *Fornell-Larcker Criterion*, dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT), dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria *discriminant validity*. Dengan demikian, model pengukuran (outer model) dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik dan layak untuk dilanjutkan pada tahap pengujian reliabilitas konstruk (*construct reliability*).

4.5.1.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur instrument penelitian tanpa adanya kesalahan dan konsisten serta reliabel sebagai ukuran dalam penelitian.

1. *Cronbach's Alpha*

Cronbach's Alpha adalah indikator penting dalam menguji reliabilitas variabel dengan model PLS-SEM. Nilai Cronbach's Alpha yang tinggi menunjukkan bahwa konstruk/variabel tersebut diukur dengan baik dan konsisten untuk validitas pengukuran dalam analisis PLS. Sebaliknya, jika nilai Cronbach's

Alpha rendah, ini dapat mengindikasikan bahwa indikator/ Pernyataan yang digunakan tidak cukup reliabel dan perlu diperbaiki atau diganti.

Tabel 4. 16 Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's alpha	keterangan
<i>Continuance Intention</i>	0.823	Reliabel
<i>E-Satisfaction</i>	0.802	Reliabel
<i>E-Service Quality</i>	0.969	Reliabel
<i>E-Trust</i>	0.824	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data SmartPLS 4.1 (2026)

Hasil analisis pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk konstruk/variabel *E-Service Quality* sebesar 0,969 , *E-Trust* sebesar 0,824, *E-Satisfaction* sebesar 0,802 dan *Continuance Intention* sebesar 0,823. Semua nilai Cronbach's Alpha tersebut berada $\geq 0,70$. Sehingga semua variabel memiliki reliabilitas yang baik.

2. *Composite reliability*

Composite reliability digunakan untuk memastikan konsistensi internal dari indikator-indikator yang membentuk variabel laten. Dalam pls, Composite reliability adalah alat utama untuk mengukur reliabilitas, dan nilai CR $\geq 0,70$ dianggap memenuhi standar untuk penelitian.

Tabel 4. 17 Nilai Composite reliability

Variabel	Composite reliability (rho c)	keterangan
<i>Continuance Intention</i>	0.891	Reliabel
<i>E-Satisfaction</i>	0.882	Reliabel
<i>E-Service Quality</i>	0.972	Reliabel
<i>E-Trust</i>	0.892	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data SmartPLS 4.1 (2026)

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa nilai Composite reliability untuk konstruk/variabel *Continuance Intention* sebesar 0,891, variabel *E-Satisfaction* sebesar 0,882, variabel *E-Service Quality* sebesar 0,972 dan variabel *E-Trust*

sebesar 0,892. Semua nilai Composite reliability tersebut berada $\geq 0,70$ sehingga variabel memiliki reliabilitas yang baik.

4.5.2 Uji *Structural (Inner) Model*

Structural model merupakan uji yang dilakukan dengan mengukur R Square. R-square merupakan pengujian yang menggambarkan seberapa kuat variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai R-Square mencerminkan kekuatan prediktif model structural dan mengindikasikan seberapa berpengaruh variabel independent dalam model dapat menjelaskan variasi variabel dependen.

4.5.2.1 Uji Model R-Square

Menurut Hair et al. (2021), nilai R-Square digunakan untuk menunjukkan besarnya kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variasi variabel endogen pada model penelitian. Semakin tinggi nilai R-Square, semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hair et al. (2021) mengelompokkan nilai R-Square sebesar 0,75 sebagai kuat (substantial), 0,50 sebagai sedang (moderate), dan 0,25 sebagai lemah (weak). Berikut ini merupakan nilai hasil dari pengujian R-Square pada *software* SmartPLS untuk variabel *E-Satisfaction* (M), dan variabel *Continuance Intention* (Y) sebagai berikut:

Tabel 4. 18 Nilai R-Square

Variabel	R-square	R-square adjusted
<i>Continuance Intention</i>	0.204	0.185
<i>E-Satisfaction</i>	0.168	0.155

Sumber : Pengolahan Data SmartPLS 4.1 (2026)

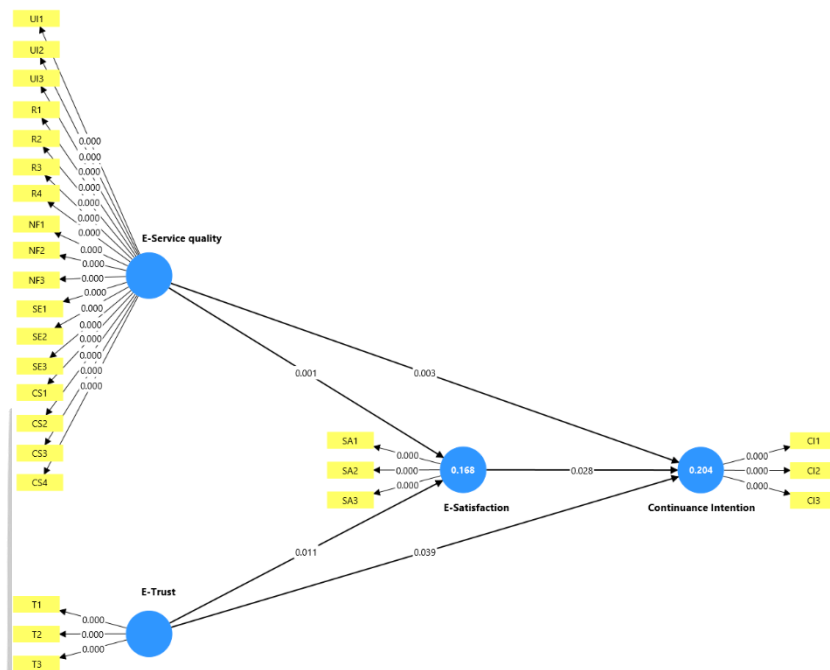
Berdasarkan Tabel 4.17, diketahui bahwa variabel *E-Satisfaction* memiliki nilai R-Square sebesar 0,168 dengan *Adjusted R-Square* sebesar 0,155. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *E-Service Quality* dan *E-Trust* mampu menjelaskan variasi pada variabel *E-Satisfaction* sebesar 16,8%, sedangkan sisanya sebesar 83,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Berdasarkan klasifikasi Hair et al. (2021), nilai tersebut menunjukkan bahwa kemampuan

prediksi model terhadap variabel *E-Satisfaction* masih tergolong lemah (*weak*). Selanjutnya, variabel *Continuance Intention* memiliki nilai *R-Square* sebesar 0,204 dengan *Adjusted R-Square* sebesar 0,185. Hal ini berarti bahwa variabel *E-Service Quality*, *E-Trust*, dan *E-Satisfaction* mampu menjelaskan variasi pada variabel *Continuance Intention* sebesar 20,4%, sedangkan 79,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Berdasarkan kriteria Hair et al. (2021), nilai tersebut juga termasuk dalam kategori lemah (*weak*).

Hasil pengujian *R-Square* menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang masih terbatas dalam menjelaskan variasi pada variabel endogen. Meskipun demikian, kondisi tersebut masih dapat diterima dalam penelitian yang mengkaji perilaku konsumen, karena keputusan individu untuk terus menggunakan suatu layanan dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar variabel yang diteliti, seperti persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kebiasaan, harga, pengalaman sebelumnya, maupun faktor psikologis lainnya.

4.5.3 Uji Hipotesis

Menurut Hair et al. (2021), bootstrapping merupakan teknik resampling yang digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antar konstruk dalam model struktural. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan one-tailed test karena seluruh hipotesis penelitian dirumuskan dalam bentuk hubungan yang bersifat positif dan signifikan. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Original Sample (O), T-Statistics, dan P-Values. Suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila memiliki nilai Original Sample bernilai positif, T-Statistics $> 1,65$, dan P-Values $< 0,05$ pada tingkat signifikansi 5% (Hair et al., 2021).



Gambar 4. 2 Model Path Coefficients & P-Values

Sumber : Pengolahan Data SmartPLS 4.1 (2026)

Gambar 4.2 diatas menunjukkan hasil uji hipotesis untuk melihat hubungan antar setiap variabel. Berikut ini tabel hasil pengujian *path coefficient*:

Tabel 4. 19 Hail Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	keterangan
<i>E-Service Quality -> E-Satisfaction</i>	0.285	0.306	0.090	3.173	0.001	Diterima
<i>E-Trust -> E-Satisfaction</i>	0.188	0.190	0.083	2.280	0.011	Diterima
<i>E-Satisfaction -> Continuance Intention</i>	0.133	0.140	0.070	1.907	0.028	Diterima
<i>E-Service Quality -> Continuance Intention</i>	0.263	0.279	0.097	2.699	0.003	Diterima

<i>Continuance Intention</i>						
<i>E-Trust -> Continuance Intention</i>	0.178	0.173	0.101	1.760	0.039	Diterima
<i>E-Service Quality -> E-Satisfaction -> Continuance Intention</i>	0.038	0.043	0.028	1.343	0.090	Ditolak
<i>E-Trust -> E-Satisfaction -> Continuance Intention</i>	0.025	0.029	0.022	1.131	0.129	Ditolak

Sumber : Pengolahan Data SmartPLS 4.1 (2026)

Tabel menunjukkan hasil dari uji hipotesis penelitian. Berdasarkan data pengolahan *bootstrapping* pada *software* SmartPLS 4.1, terdapat hipotesis yang diterima karena nilai t-statistic >1,65 dan memiliki signifikansi yang kuat karena nilai p value < 0,05. Namun, terdapat juga hipotesis yang karena hipotesis – hipotesis tersebut belum mencukupi syarat yang harus di penuhi.

Hipotesis 1: Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction*

Berdasarkan hasil pengujian, hubungan *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* memperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,285, T-statistics sebesar 3,173, dan P-values sebesar 0,001. Nilai Original Sample yang positif menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat positif. Selain itu, nilai T-statistics lebih besar dari 1,65 dan P-values lebih kecil dari 0,05, sehingga H1 diterima. Dengan demikian, *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*.

Hipotesis 2: Pengaruh *E-Trust* terhadap *E-Satisfaction*

Berdasarkan hasil pengujian, hubungan *E-Trust* terhadap *E-Satisfaction* memperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,188, T-statistics sebesar 2,280, dan

P-values sebesar 0,011. Nilai Original Sample yang positif menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat positif. Selain itu, nilai T-statistics lebih besar dari 1,65 dan P-values lebih kecil dari 0,05, sehingga H2 diterima. Dengan demikian, *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*.

H3: Pengaruh *E-Satisfaction* terhadap *Continuance Intention*

Berdasarkan hasil pengujian, hubungan *E-Satisfaction* terhadap *Continuance Intention* memperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,133, T-statistics sebesar 1,907, dan P-values sebesar 0,028. Nilai Original Sample yang positif menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat positif. Selain itu, nilai T-statistics lebih besar dari 1,65 dan P-values lebih kecil dari 0,05, sehingga H3 diterima. Dengan demikian, *E-Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*.

H4: Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Continuance Intention*

Berdasarkan hasil pengujian, hubungan *E-Service Quality* terhadap *Continuance Intention* memperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,263, T-statistics sebesar 2,699, dan P-values sebesar 0,003. Nilai Original Sample yang positif menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat positif. Selain itu, nilai T-statistics lebih besar dari 1,65 dan P-values lebih kecil dari 0,05, sehingga H4 diterima. Dengan demikian, *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*.

H5: Pengaruh *E-Trust* terhadap *Continuance Intention*

Berdasarkan hasil pengujian, hubungan *E-Trust* terhadap *Continuance Intention* memperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,178, T-statistics sebesar 1,760, dan P-values sebesar 0,039. Nilai Original Sample yang positif menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat positif. Selain itu, nilai T-statistics lebih besar dari 1,65 dan P-values lebih kecil dari 0,05, sehingga H5 diterima. Dengan demikian, *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*.

H6: Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Continuance Intention* melalui *E-Satisfaction*

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh tidak langsung, hubungan *E-Service Quality* terhadap *Continuance Intention* melalui *E-Satisfaction* memperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,038, T-statistics sebesar 1,343, dan P-values sebesar 0,090. Meskipun nilai Original Sample menunjukkan arah hubungan yang positif, nilai T-statistics lebih kecil dari 1,65 dan P-values lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, H6 ditolak. Dengan demikian, *E-Satisfaction* tidak mampu memediasi pengaruh positif *E-Service Quality* terhadap *Continuance Intention*.

H7: Pengaruh *E-Trust* terhadap *Continuance Intention* melalui *E-Satisfaction*

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh tidak langsung, hubungan *E-Trust* terhadap *Continuance Intention* melalui *E-Satisfaction* memperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,025, T-statistics sebesar 1,131, dan P-values sebesar 0,129. Meskipun nilai Original Sample menunjukkan arah hubungan yang positif, nilai T-statistics lebih kecil dari 1,65 dan P-values lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, H7 ditolak. Dengan demikian, *E-Satisfaction* tidak mampu memediasi pengaruh positif *E-Trust* terhadap *Continuance Intention*.

4.6 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

4.6.1 Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,285, T-statistics sebesar 3,173, dan P-values sebesar 0,001. Nilai Original Sample yang positif menunjukkan bahwa *E-Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *E-Satisfaction*, sedangkan nilai T-statistics yang lebih besar dari 1,65 dan P-values yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna layanan konsultasi online Halodoc di Provinsi Sumatera Barat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan Halodoc, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna layanan konsultasi online. Kualitas layanan elektronik tersebut tercermin dari kemudahan penggunaan aplikasi (*user interface*), kemampuan aplikasi dalam merespons kebutuhan pengguna (*responsiveness*), kemampuan memenuhi kebutuhan kesehatan pengguna (*need fulfillment*), keamanan data pribadi (*security*), serta pelayanan yang diberikan kepada pengguna (*customer service*). Apabila seluruh aspek tersebut mampu berjalan dengan baik, maka pengalaman pengguna dalam memanfaatkan layanan konsultasi online menjadi lebih nyaman, efektif, dan sesuai dengan harapan sehingga menghasilkan kepuasan.

Temuan ini juga didukung oleh hasil analisis deskriptif variabel *E-Service Quality*, di mana indikator dengan nilai rata-rata tertinggi adalah Need Fulfillment (NF1) dengan pernyataan "*Layanan konsultasi online Halodoc mampu memenuhi kebutuhan kesehatan saya*" yang memperoleh nilai rata-rata 4,18. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai layanan konsultasi online Halodoc telah mampu memenuhi kebutuhan kesehatan mereka secara efektif. Sebaliknya, indikator dengan nilai rata-rata terendah adalah Responsiveness (R2) dengan pernyataan "*Halodoc menanggapi masukan atau keluhan saya terkait penggunaan layanan konsultasi online dengan cepat*" yang memperoleh nilai rata-rata 3,28. Meskipun merupakan nilai terendah pada variabel ini, nilai tersebut masih berada pada kategori cukup baik. Hal ini mengindikasikan bahwa kecepatan Halodoc dalam merespons masukan atau keluhan pengguna masih menjadi aspek yang perlu terus ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan.

Temuan penelitian ini juga dapat dikaitkan dengan karakteristik responden yang didominasi oleh kelompok usia produktif. Responden berusia 22–26 tahun merupakan kelompok terbesar dengan persentase 32,3%, diikuti oleh responden berusia 27–31 tahun sebesar 26,9%. Dominasi kelompok usia tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna layanan konsultasi online Halodoc

dalam penelitian ini berada pada kelompok yang relatif terbiasa dengan pemanfaatan teknologi digital. Kondisi tersebut dapat berkaitan dengan penilaian pengguna terhadap kualitas layanan elektronik, karena pengguna yang terbiasa menggunakan teknologi digital cenderung memiliki pengalaman dalam berinteraksi dengan berbagai layanan berbasis aplikasi dan dapat mengevaluasi kemudahan, kecepatan, serta kemampuan layanan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Dengan demikian, kualitas layanan elektronik yang diterima melalui Halodoc menjadi bagian penting dalam membentuk kepuasan pengguna.

Hal tersebut juga sejalan dengan karakteristik pekerjaan responden, di mana pelajar/mahasiswa merupakan kelompok terbesar, yaitu sebanyak 57 responden atau 43,8%. Kelompok tersebut relatif dekat dengan penggunaan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari, sehingga kemudahan dan kepraktisan layanan berbasis aplikasi menjadi aspek yang relevan dalam pengalaman penggunaan. Bagi pengguna dengan karakteristik tersebut, kualitas layanan elektronik yang mampu memberikan akses konsultasi secara praktis dan sesuai dengan kebutuhan dapat membentuk evaluasi yang lebih positif terhadap layanan, yang selanjutnya tercermin dalam tingkat kepuasan pengguna.

Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep *Expectation Confirmation Model* (ECM) yang menyatakan bahwa kepuasan pengguna terbentuk ketika kinerja layanan yang diterima mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pengguna. Dalam konteks penelitian ini, kualitas layanan elektronik yang baik mencerminkan kinerja sistem yang mampu memberikan pengalaman penggunaan yang sesuai dengan ekspektasi pengguna. Ketika pengguna memperoleh layanan yang mudah diakses, aman, informatif, dan mampu memenuhi kebutuhan konsultasi kesehatan secara efektif, maka pengguna akan mengevaluasi layanan tersebut secara positif sehingga tingkat kepuasannya meningkat. Temuan penelitian ini juga dapat dikaitkan dengan penelitian Yenchristie dan Efendi (2025) pada layanan kesehatan digital. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa beberapa dimensi *E-Service Quality*, khususnya *need fulfillment* dan *customer service*, berpengaruh signifikan terhadap *satisfaction* pengguna.

Hasil penelitian ini memperkuat bahwa *E-Service Quality* merupakan salah satu faktor utama yang menentukan kepuasan pengguna layanan konsultasi online Halodoc. Semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan pengguna. Oleh karena itu, Halodoc perlu terus mempertahankan kualitas antarmuka aplikasi, keamanan sistem, kemampuan memenuhi kebutuhan pengguna, serta meningkatkan kecepatan dalam merespons keluhan dan masukan pengguna agar kepuasan pengguna dapat terus meningkat.

4.6.2 Pengaruh *E-Trust* terhadap *E-Satisfaction*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,188, T-statistics sebesar 2,280, dan P-values sebesar 0,011. Nilai Original Sample yang positif menunjukkan bahwa *E-Trust* memiliki pengaruh positif terhadap *E-Satisfaction*, sedangkan nilai T-statistics sebesar 2,280 yang lebih besar dari 1,65 dan P-values sebesar 0,011 yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna layanan konsultasi online Halodoc di Provinsi Sumatera Barat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan konsultasi online Halodoc, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan setelah menggunakan layanan tersebut. Dalam konteks layanan kesehatan berbasis digital, kepercayaan merupakan faktor yang sangat penting karena pengguna tidak hanya mempercayakan informasi pribadi, tetapi juga mempercayakan kondisi kesehatannya kepada platform dan tenaga medis yang tersedia. Oleh karena itu, ketika pengguna meyakini bahwa Halodoc merupakan platform yang aman, andal, dan menyediakan dokter yang kompeten, maka mereka akan merasa lebih nyaman selama menggunakan layanan konsultasi online. Rasa nyaman dan keyakinan tersebut pada akhirnya akan meningkatkan tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan yang diterima.

Hasil analisis deskriptif juga mendukung temuan penelitian ini. Indikator *E-Trust* dengan nilai rata-rata tertinggi adalah T1 dengan pernyataan "*Saya percaya*

bahwa aplikasi Halodoc aman dan andal untuk digunakan sebagai media konsultasi dokter secara online" yang memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,91. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat kepercayaan yang cukup tinggi terhadap keamanan dan keandalan aplikasi Halodoc sebagai media konsultasi kesehatan. Kepercayaan tersebut menjadi modal penting dalam menciptakan pengalaman penggunaan yang positif sehingga pengguna merasa puas terhadap layanan yang diberikan.

Sementara itu, indikator dengan nilai rata-rata terendah adalah T2 dengan pernyataan *"Saya percaya bahwa para dokter yang disediakan oleh Halodoc memiliki keahlian medis yang valid untuk memberikan konsultasi online"* yang memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,71. Walaupun masih berada dalam kategori baik, nilai tersebut menunjukkan bahwa tingkat keyakinan responden terhadap kompetensi dokter yang tersedia melalui platform Halodoc masih relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Hal ini dapat disebabkan karena pengguna tidak dapat berinteraksi secara langsung dengan dokter sebagaimana pada layanan kesehatan tatap muka, sehingga sebagian pengguna masih membutuhkan bukti atau pengalaman lebih lanjut untuk membangun kepercayaan yang lebih kuat terhadap kompetensi tenaga medis yang tersedia pada platform.

Temuan penelitian ini juga dapat dikaitkan dengan karakteristik responden berdasarkan jenis layanan konsultasi online yang digunakan. Layanan konsultasi dengan dokter umum merupakan jenis layanan yang paling banyak digunakan oleh responden, yaitu sebanyak 60 responden atau 46,2%, diikuti oleh layanan konsultasi dokter spesialis kulit sebanyak 51 responden atau 39,2%. Dominannya penggunaan layanan tersebut menunjukkan bahwa responden memanfaatkan Halodoc untuk memperoleh konsultasi terhadap berbagai kebutuhan kesehatan, baik yang bersifat umum maupun yang memerlukan layanan pada bidang tertentu. Dalam konteks tersebut, kepercayaan terhadap layanan menjadi aspek yang penting karena pengguna memberikan informasi dan memperoleh saran kesehatan melalui media digital tanpa melakukan interaksi secara langsung dengan dokter. Kepercayaan pengguna terhadap kemampuan dan kredibilitas layanan dalam menyediakan

konsultasi kesehatan dapat mendukung terbentuknya rasa aman dan keyakinan terhadap layanan yang diterima, yang pada akhirnya dapat berkaitan dengan kepuasan pengguna.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Expectation Confirmation Model* (ECM) yang menjelaskan bahwa kepuasan pengguna terbentuk melalui evaluasi terhadap pengalaman yang diperoleh setelah menggunakan suatu sistem atau layanan. Salah satu faktor yang memengaruhi evaluasi tersebut adalah adanya kepercayaan terhadap penyedia layanan. Ketika pengguna memiliki keyakinan bahwa layanan yang digunakan dapat dipercaya, aman, dan mampu memberikan manfaat sesuai harapan, maka persepsi positif tersebut akan memperkuat evaluasi setelah penggunaan dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan pengguna.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Arfiansyah dan widyastuti (2024) yang menyatakan bahwa *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor terpenting dalam membangun kepuasan pelanggan pada layanan kesehatan digital. Pengguna yang percaya terhadap integritas perusahaan, keamanan sistem, serta kualitas layanan yang diberikan akan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan pengguna yang memiliki tingkat kepercayaan rendah.

Maka penelitian ini membuktikan bahwa *E-Trust* merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi *E-Satisfaction* pengguna layanan konsultasi online Halodoc. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan aplikasi, keandalan sistem, serta kompetensi dokter yang tersedia, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan setelah menggunakan layanan konsultasi online. Oleh karena itu, Halodoc perlu terus meningkatkan transparansi informasi mengenai kredibilitas tenaga medis, menjaga keamanan data pribadi pengguna, serta mempertahankan kualitas layanan agar kepercayaan pengguna tetap terjaga dan kepuasan pengguna semakin meningkat.

4.6.3 Pengaruh *E-Satisfaction* terhadap *Continuance Intention*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,133, T-statistics sebesar 1,907, dan P-values sebesar 0,028. Nilai Original Sample yang positif menunjukkan bahwa *E-Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Continuance Intention*, sedangkan nilai T-statistics sebesar 1,907 yang lebih besar dari 1,65 dan P-values sebesar 0,028 yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *E-Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention* pada pengguna layanan konsultasi online Halodoc di Provinsi Sumatera Barat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pengguna setelah menggunakan layanan konsultasi online Halodoc, maka semakin besar pula keinginan pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut di masa mendatang. Kepuasan yang dirasakan pengguna mencerminkan bahwa pengalaman menggunakan layanan telah sesuai atau bahkan melebihi harapan, sehingga mendorong munculnya niat untuk melakukan penggunaan kembali (*Continuance Intention*). Dalam layanan kesehatan digital, kepuasan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pengguna untuk tetap mempertahankan penggunaan suatu aplikasi.

Hasil analisis deskriptif juga mendukung temuan tersebut. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi pada variabel *E-Satisfaction* adalah SA2 dengan pernyataan "*Layanan konsultasi online Halodoc memberikan tingkat kepuasan yang sesuai dengan harapan saya*" yang memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,18. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa layanan konsultasi online Halodoc telah memenuhi harapan mereka. Sementara itu, indikator dengan nilai rata-rata terendah adalah SA1 dengan pernyataan "*Saya merasa puas terhadap pengalaman menggunakan layanan konsultasi online Halodoc*" yang memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,95. Meskipun menjadi nilai terendah pada variabel ini, rata-rata tersebut masih berada pada kategori baik, sehingga menunjukkan bahwa

pengguna secara umum merasa puas terhadap pengalaman menggunakan layanan Halodoc.

Temuan penelitian ini juga dapat dikaitkan dengan karakteristik responden berdasarkan jenis layanan konsultasi online yang digunakan. Layanan konsultasi dengan dokter umum merupakan jenis layanan yang paling banyak digunakan oleh responden, yaitu sebanyak 60 responden atau 46,2%, diikuti oleh layanan konsultasi dokter spesialis kulit sebanyak 51 responden atau 39,2%. Dominannya penggunaan kedua jenis layanan tersebut menunjukkan bahwa responden memanfaatkan Halodoc untuk memenuhi kebutuhan konsultasi kesehatan yang beragam. Pengalaman yang diperoleh pengguna selama memanfaatkan layanan tersebut dapat membentuk evaluasi terhadap kepuasan mereka. Ketika pengalaman penggunaan dinilai mampu memenuhi kebutuhan konsultasi, kepuasan yang terbentuk dapat menjadi pertimbangan bagi pengguna untuk kembali memanfaatkan layanan konsultasi online Halodoc pada kebutuhan kesehatan berikutnya. Dengan demikian, karakteristik penggunaan layanan konsultasi yang cukup beragam memberikan konteks terhadap hubungan antara E-Satisfaction dan Continuance Intention dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Expectation Confirmation Model* (ECM) yang menjelaskan bahwa kepuasan setelah menggunakan suatu sistem akan mendorong pengguna untuk terus menggunakan sistem tersebut pada masa mendatang. Ketika pengalaman yang diperoleh sesuai dengan harapan, pengguna akan membentuk evaluasi positif yang kemudian meningkatkan niat penggunaan berkelanjutan (*Continuance Intention*).

Temuan penelitian ini juga didukung oleh penelitian (Sudaryanto et al., 2024) yang menyatakan bahwa *E-Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention*, di mana pengguna yang merasa puas terhadap layanan digital akan memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk tetap menggunakan layanan tersebut di masa mendatang.

4.6.4 Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Continuance Intention*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,263, T-statistics sebesar 2,699, dan P-values sebesar 0,003. Nilai Original Sample yang positif menunjukkan bahwa *E-Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Continuance Intention*, sedangkan nilai T-statistics sebesar 2,699 yang lebih besar dari 1,65 dan P-values sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention* pada pengguna layanan konsultasi online Halodoc di Provinsi Sumatera Barat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan elektronik yang diberikan oleh Halodoc, maka semakin besar pula niat pengguna untuk terus menggunakan layanan konsultasi online di masa mendatang. Kualitas layanan elektronik yang baik, seperti aplikasi yang mudah digunakan, sistem yang stabil, keamanan data yang terjamin, kemampuan layanan dalam memenuhi kebutuhan pengguna, serta pelayanan yang responsif, akan menciptakan pengalaman penggunaan yang positif. Pengalaman tersebut mendorong pengguna untuk tetap memilih Halodoc sebagai platform konsultasi kesehatan ketika membutuhkan layanan medis secara online.

Temuan ini didukung oleh hasil analisis deskriptif variabel *E-Service Quality*, yang menunjukkan bahwa indikator Need Fulfillment (NF1) memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,18 dengan pernyataan "*Layanan konsultasi online Halodoc mampu memenuhi kebutuhan kesehatan saya.*" Hasil tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar responden menilai layanan Halodoc telah mampu memenuhi kebutuhan konsultasi kesehatan mereka. Sebaliknya, indikator Responsiveness (R2) memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 3,28, yang menunjukkan bahwa kecepatan dalam menanggapi masukan atau keluhan pengguna masih menjadi aspek yang perlu ditingkatkan. Meskipun demikian, secara keseluruhan responden memberikan penilaian yang baik terhadap kualitas

layanan elektronik Halodoc sehingga mendorong keinginan mereka untuk tetap menggunakan layanan tersebut.

Temuan penelitian ini juga dapat dikaitkan dengan karakteristik responden yang didominasi oleh kelompok usia produktif dan pelajar/mahasiswa. Responden berusia 22–26 tahun merupakan kelompok terbesar dalam penelitian ini, yaitu sebesar 32,3%, sedangkan berdasarkan pekerjaan, pelajar/mahasiswa merupakan kelompok terbesar dengan jumlah 57 responden atau 43,8%. Karakteristik tersebut memberikan gambaran bahwa sebagian besar responden merupakan kelompok yang relatif dekat dengan penggunaan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari. Dalam kondisi tersebut, kualitas layanan elektronik yang mampu memberikan akses layanan kesehatan secara mudah dan praktis dapat menjadi bagian dari pengalaman pengguna dalam menggunakan Halodoc. Pengalaman layanan yang dinilai baik dapat mendukung pengguna untuk mempertimbangkan kembali penggunaan layanan konsultasi online Halodoc ketika membutuhkan layanan kesehatan pada masa mendatang. Dengan demikian, karakteristik responden dalam penelitian ini memberikan konteks terhadap hubungan antara E-Service Quality dan Continuance Intention.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Expectation Confirmation Model* (ECM) yang menyatakan bahwa pengguna akan memiliki niat untuk terus menggunakan suatu sistem apabila pengalaman penggunaan memberikan manfaat dan kinerja yang sesuai dengan harapan. Dalam penelitian ini, kualitas layanan elektronik yang baik memberikan pengalaman positif kepada pengguna, sehingga memperkuat keinginan mereka untuk tetap menggunakan layanan konsultasi online Halodoc pada masa mendatang.

Temuan penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Prayitno (2023) yang menyatakan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh positif terhadap customer loyalty pada pengguna Halodoc, di mana kualitas layanan elektronik yang baik mampu meningkatkan keinginan pengguna untuk tetap menggunakan layanan secara berkelanjutan. Selain itu, penelitian Edhi & Heryjanto (2024), mengenai pengguna layanan *telemedicine* di RS X Tangerang juga menunjukkan bahwa

kualitas layanan elektronik yang baik mampu menciptakan pengalaman penggunaan yang positif, sehingga meningkatkan persepsi pengguna terhadap layanan digital kesehatan.

Maka hasil penelitian ini membuktikan bahwa *E-Service Quality* merupakan salah satu faktor yang memengaruhi *Continuance Intention* pengguna layanan konsultasi online Halodoc. Oleh karena itu, Halodoc perlu terus mempertahankan kualitas layanan elektronik, terutama pada aspek kemudahan penggunaan, keamanan sistem, pemenuhan kebutuhan pengguna, serta meningkatkan respons terhadap masukan dan keluhan pengguna agar niat pengguna untuk terus menggunakan layanan tetap terjaga.

4.6.5 Pengaruh *E-Trust* terhadap *Continuance Intention*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,178, T-statistics sebesar 1,760, dan P-values sebesar 0,039. Nilai Original Sample yang positif menunjukkan bahwa *E-Trust* memiliki pengaruh positif terhadap *Continuance Intention*, sedangkan nilai T-statistics sebesar 1,760 yang lebih besar dari 1,65 dan P-values sebesar 0,039 yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Dengan demikian, hipotesis kelima (H5) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention* pada pengguna layanan konsultasi online Halodoc di Provinsi Sumatera Barat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap Halodoc, maka semakin besar pula keinginan mereka untuk terus menggunakan layanan konsultasi online di masa mendatang. Dalam layanan kesehatan digital, kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting karena pengguna tidak hanya menyerahkan data pribadi, tetapi juga mempercayakan informasi mengenai kondisi kesehatannya kepada platform dan tenaga medis yang tersedia. Ketika pengguna yakin bahwa Halodoc merupakan platform yang aman, dapat diandalkan, dan menyediakan dokter yang kompeten, maka mereka akan

merasa lebih percaya diri untuk kembali menggunakan layanan tersebut apabila membutuhkan konsultasi kesehatan.

Temuan ini didukung oleh hasil analisis deskriptif variabel E-Trust, di mana indikator T1 memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,91 dengan pernyataan *"Saya percaya bahwa aplikasi Halodoc aman dan andal untuk digunakan sebagai media konsultasi dokter secara online."* Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat kepercayaan yang baik terhadap keamanan dan keandalan aplikasi Halodoc. Sementara itu, indikator T2 memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 3,71 dengan pernyataan *"Saya percaya bahwa para dokter yang disediakan oleh Halodoc memiliki keahlian medis yang valid untuk memberikan konsultasi online."* Meskipun menjadi indikator dengan nilai rata-rata terendah, penilaian tersebut masih berada dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna pada umumnya telah memiliki kepercayaan terhadap kompetensi dokter di Halodoc, meskipun masih terdapat sebagian pengguna yang mengharapkan informasi yang lebih lengkap mengenai kredibilitas tenaga medis yang tersedia.

Temuan penelitian ini juga dapat dikaitkan dengan karakteristik responden berdasarkan jenis layanan konsultasi online yang digunakan. Layanan konsultasi dengan dokter umum merupakan jenis layanan yang paling banyak digunakan oleh responden, yaitu sebanyak 60 responden (46,2%), diikuti oleh layanan konsultasi dokter spesialis kulit sebanyak 51 responden (39,2%). Penggunaan layanan konsultasi pada berbagai kebutuhan kesehatan tersebut menunjukkan adanya interaksi pengguna dengan layanan kesehatan digital yang memerlukan keyakinan terhadap kemampuan dan kredibilitas layanan dalam memberikan konsultasi. Dalam konteks layanan konsultasi online, kepercayaan menjadi aspek penting karena pengguna menyampaikan kebutuhan dan informasi kesehatan melalui platform digital serta mengandalkan layanan untuk memperoleh konsultasi dari tenaga medis. Kepercayaan yang terbentuk terhadap layanan dapat memberikan keyakinan kepada pengguna untuk kembali memanfaatkan layanan tersebut ketika membutuhkan konsultasi kesehatan di masa mendatang. Dengan demikian,

karakteristik penggunaan layanan konsultasi dalam penelitian ini memberikan konteks terhadap hubungan antara E-Trust dan Continuance Intention.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan *Expectation Confirmation Model* (ECM) yang menjelaskan bahwa evaluasi positif terhadap suatu sistem akan meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan sistem tersebut. Dalam konteks penelitian ini, kepercayaan terhadap keamanan aplikasi, keandalan layanan, dan kredibilitas dokter membentuk persepsi positif pengguna terhadap Halodoc. Persepsi tersebut mendorong pengguna untuk tetap memilih Halodoc sebagai media konsultasi kesehatan ketika membutuhkan layanan medis di masa mendatang.

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian (Prayitno et al., 2023) yang menyatakan bahwa *E-Trust* berpengaruh positif terhadap customer loyalty pada pengguna Halodoc. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi kepercayaan pelanggan terhadap platform layanan kesehatan digital, maka semakin besar kecenderungan pelanggan untuk tetap menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan. Selain itu, penelitian (Dayani et al., 2022) juga menunjukkan bahwa kepercayaan yang terbentuk pada layanan *telemedicine* berkontribusi terhadap meningkatnya niat penggunaan kembali melalui terciptanya pengalaman pengguna yang positif.

4.6.6 Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Continuance Intention* melalui *E-Satisfaction*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,038, T-statistics sebesar 1,343, dan P-values sebesar 0,090. Meskipun nilai Original Sample menunjukkan arah hubungan yang positif, nilai T-statistics sebesar 1,343 lebih kecil dari 1,65 dan P-values sebesar 0,090 lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis keenam (H6) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *E-Satisfaction* tidak mampu memediasi pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Continuance Intention* pada pengguna layanan konsultasi online Halodoc di Provinsi Sumatera Barat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun *E-Service Quality* terbukti mampu meningkatkan *E-Satisfaction*, dan *E-Satisfaction* juga berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention*, namun kepuasan pengguna belum mampu menjadi mekanisme yang menjembatani pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap niat penggunaan berkelanjutan. Dengan kata lain, pengguna Halodoc cenderung membentuk niat untuk terus menggunakan layanan konsultasi online berdasarkan kualitas layanan yang mereka rasakan secara langsung, tanpa harus melalui peningkatan kepuasan sebagai variabel perantara.

Kondisi tersebut dapat dipengaruhi oleh karakteristik layanan konsultasi kesehatan digital yang memiliki tingkat urgensi tinggi. Pengguna Halodoc umumnya memanfaatkan layanan konsultasi online ketika membutuhkan solusi kesehatan secara cepat, sehingga aspek-aspek seperti kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan akses layanan, keamanan sistem, dan kemampuan layanan dalam memenuhi kebutuhan kesehatan menjadi pertimbangan utama dalam memutuskan untuk kembali menggunakan layanan. Dengan demikian, kualitas layanan elektronik yang baik dapat secara langsung mendorong *Continuance Intention*, sementara kepuasan pengguna belum menjadi faktor yang dominan dalam menjelaskan hubungan tersebut.

Temuan mengenai peran *E-Satisfaction* sebagai mediator dalam hubungan antara *E-Service Quality* dan *Continuance Intention* juga dapat dikaitkan dengan karakteristik responden berdasarkan jenis layanan konsultasi yang digunakan. Responden dalam penelitian ini paling banyak menggunakan layanan konsultasi dengan dokter umum, yaitu sebanyak 60 responden (46,2%), diikuti oleh layanan konsultasi dokter spesialis kulit sebanyak 51 responden (39,2%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki pengalaman menggunakan layanan konsultasi online untuk memenuhi kebutuhan kesehatan yang beragam. Dalam proses penggunaan tersebut, kualitas layanan elektronik yang dirasakan pengguna dapat memengaruhi evaluasi mereka terhadap pengalaman layanan dan selanjutnya membentuk kepuasan. Kepuasan yang terbentuk dari pengalaman penggunaan layanan tersebut kemudian dapat mendorong pengguna untuk

mempertahankan niat dalam menggunakan kembali layanan konsultasi online Halodoc. Dengan demikian, karakteristik penggunaan layanan konsultasi memberikan konteks terhadap peran E-Satisfaction dalam menjembatani hubungan antara E-Service Quality dan Continuance Intention.

Jika dikaitkan dengan *Expectation Confirmation Model* (ECM), model ini menjelaskan bahwa kepuasan merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong niat penggunaan berkelanjutan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran tersebut tidak cukup kuat untuk menjadi mediator antara *E-Service Quality* dan *Continuance Intention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks layanan konsultasi online Halodoc di Provinsi Sumatera Barat, pengguna lebih mempertimbangkan manfaat dan kualitas layanan yang dirasakan secara langsung dibandingkan mengevaluasi kepuasan terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk terus menggunakan layanan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Prayitno et al., 2023) yang menemukan bahwa customer satisfaction mampu memediasi pengaruh *E-Service Quality* terhadap customer loyalty pada pengguna layanan kesehatan digital. Perbedaan hasil tersebut diduga disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden, objek penelitian, serta variabel dependen yang digunakan. Penelitian (Prayitno et al., 2023) menggunakan customer loyalty, sedangkan penelitian ini menggunakan *Continuance Intention* yang lebih berfokus pada niat pengguna untuk terus menggunakan layanan konsultasi online. Selain itu, perbedaan karakteristik pengguna dan kondisi penelitian juga dapat menyebabkan perbedaan dalam terbentuknya mekanisme mediasi.

4.6.7 Pengaruh *E-Trust* terhadap *Continuance Intention* melalui *E-Satisfaction*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh nilai Original Sample (O) sebesar 0,025, T-statistics sebesar 1,131, dan P-values sebesar 0,129. Meskipun nilai Original Sample menunjukkan arah hubungan yang positif, nilai T-statistics sebesar 1,131 lebih kecil dari 1,65 dan P-values sebesar 0,129 lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis ketujuh (H7) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa *E-Satisfaction* tidak mampu memediasi pengaruh *E-Trust* terhadap *Continuance Intention* pada pengguna layanan konsultasi online Halodoc di Provinsi Sumatera Barat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun *E-Trust* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*, serta *E-Satisfaction* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*, namun kepuasan pengguna belum mampu menjadi variabel yang menjembatani hubungan antara kepercayaan dan niat penggunaan berkelanjutan. Dengan kata lain, pengguna yang telah memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap Halodoc cenderung langsung memiliki niat untuk terus menggunakan layanan konsultasi online tanpa harus melalui peningkatan kepuasan sebagai mekanisme perantara.

Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa dalam penggunaan layanan konsultasi kesehatan digital, kepercayaan merupakan faktor yang memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pengguna untuk tetap menggunakan layanan. Ketika pengguna telah meyakini bahwa Halodoc merupakan platform yang aman, andal, mampu menjaga kerahasiaan data pribadi, serta menyediakan dokter yang kompeten, maka kepercayaan tersebut sudah cukup untuk mendorong niat penggunaan kembali. Oleh karena itu, meskipun pengguna merasa puas terhadap layanan yang diberikan, tingkat kepuasan tersebut belum mampu memperkuat hubungan antara *E-Trust* dan *Continuance Intention* secara signifikan.

Jika dikaitkan dengan *Expectation Confirmation Model* (ECM), model ini menjelaskan bahwa kepuasan merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong niat penggunaan berkelanjutan. Akan tetapi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan tidak berperan sebagai mediator dalam hubungan antara *E-Trust* dan *Continuance Intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna lebih mengutamakan rasa percaya terhadap platform dan layanan yang diberikan dibandingkan melakukan evaluasi terhadap tingkat kepuasan sebelum memutuskan untuk tetap menggunakan layanan konsultasi online Halodoc.

Hasil tersebut dapat dikaitkan dengan karakteristik responden berdasarkan jenis layanan konsultasi online yang digunakan. Responden dalam penelitian ini paling banyak menggunakan layanan konsultasi dengan dokter umum, yaitu sebanyak 60 responden (46,2%), diikuti oleh layanan konsultasi dokter spesialis kulit sebanyak 51 responden (39,2%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden menggunakan Halodoc untuk memenuhi kebutuhan konsultasi kesehatan yang beragam. Dalam penggunaan layanan konsultasi online, kepercayaan terhadap platform merupakan salah satu aspek yang dapat membentuk evaluasi pengguna terhadap layanan yang diterima. Namun, hasil pengujian mediasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa E-Satisfaction belum mampu menjembatani hubungan antara E-Trust dan Continuance Intention secara signifikan. Dengan demikian, meskipun pengguna memiliki pengalaman menggunakan layanan konsultasi online untuk berbagai kebutuhan kesehatan, kepercayaan yang dimiliki terhadap Halodoc belum dapat dijelaskan melalui kepuasan sebagai mekanisme yang secara signifikan mendorong niat penggunaan berkelanjutan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Prayitno et al., 2023) yang menemukan bahwa customer satisfaction mampu memediasi pengaruh *E-Trust* terhadap customer loyalty pada pengguna layanan kesehatan digital. Perbedaan hasil tersebut dapat dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik responden, objek penelitian, maupun variabel dependen yang digunakan. Penelitian (Prayitno et al., 2023) menggunakan customer loyalty, sedangkan penelitian ini menggunakan *Continuance Intention*, yang lebih menekankan pada niat pengguna untuk terus menggunakan layanan konsultasi online. Selain itu, karakteristik pengguna Halodoc di Provinsi Sumatera Barat memungkinkan bahwa kepercayaan terhadap platform telah cukup kuat untuk secara langsung membentuk niat penggunaan berkelanjutan tanpa melalui peningkatan kepuasan terlebih dahulu.