

PENGARUH EMPATI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELAYANAN PADA PLATFORM HALODOC

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S1
Program Studi Manajemen**



Disusun Oleh:

**Ashka Seavhana
30402100335**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi

**PENGARUH EMPATI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN PELAYANAN PADA PLATFORM HALODOC**

Disusun Oleh:

Ashka Seavhana

NIM:30402100335

Telah dipertahankan dan disahkan didepan penguji
pada tanggal : 10 agustus 2025

**Menyetujui
Pembimbing**



**Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M.,
NIK. 210416055**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana manajemen

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



**Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M.,
NIK. 210416055**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ashka Seavhana

NIM 30402100335

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan dengan ini bahwasanya skripsi yang berjudul **“Pengaruh Empati dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelayanan Pada Platfrom Halodoc”** merupakan hasil karya penulis sendiri dan tidak ada unsur plagiasi dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Pendapat orang lain yang ada telah dikutip berdasar pada kode etik ilmiah yang telah berlaku. Penulis siap menerima sanksi apabila pada kemudian hari ditemukan pelanggaran maupun penyimpangan etika akademik dalam penelitian ini.

Semarang, 11 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Ashka Seavhana

NIM. 30402100335



PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ashka Seavhana

NIM : 30402100335

Program Studi : SI Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini, menyerahkan karya ilmiah berupa ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi~~* dengan judul: **“Pengaruh Empati dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelayanan Pada Platfrom Halodoc”**.

Dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya ~~buat~~ dengan ~~sungguh-sungguh~~. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 11 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Ashka Seavhana

NIM. 30402100335

MOTTO

"Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwasanya: Fa inna ma'al usri yusro innama'al usri yusro"

(QS. Al- Insyirah 94;5-6)

"Selalu ada harga dalam sebuah proses, nikmati saja lelah-lelah ini. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu herjalan lancar: Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan"

(Boy Candra)

PERSEMBAHAN

"Tiada lembar paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua tercinta, sahabat, pasangan dan teman-teman yang selalu memberikan support untuk menyelesaikan skripsi ini."



ABSTRACT

The digital era has brought significant innovations in the healthcare sector through telemedicine platforms such as Halodoc, designed to facilitate public access to medical services. However, the use of these platforms still faces limitations compared to face-to-face services, such as difficulties in diagnosis and technology adoption among the elderly. Additionally, there is a research gap regarding the impact of empathy and trust on service satisfaction, with previous studies yielding inconsistent results. Therefore, this study aims to analyze the effect of medical staff empathy and trust on service satisfaction on the Halodoc platform. The study employs a quantitative approach, targeting active Halodoc users as the population, with a sample of 100 respondents. Data were collected through an online questionnaire using Google Forms and analyzed using multiple linear regression. The results show a coefficient of determination (R^2) of 0.238, or 23.8%, indicating that empathy and trust together explain 23.8% of the variation in service satisfaction, while the remaining 76.2% is influenced by other factors not included in this study. In conclusion, enhancing empathy and trust can effectively improve user service satisfaction on Halodoc. The study recommends that Halodoc better understand specific customer needs and maintain positive relationships with users to further increase satisfaction.

Keywords: Empathy, Trust, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Era digital telah membawa inovasi signifikan di sektor kesehatan melalui platform telemedicine seperti Halodoc, yang diperuntukkan guna mempermudah akses layanan medis bagi masyarakat. Namun, penggunaan platform ini masih memiliki keterbatasan bila dibandingkan dengan layanan secara tatap muka, seperti kesulitan dalam diagnosis dan adopsi teknologi oleh lansia. Selain itu, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) mengenai pengaruh empati dan kepercayaan terhadap kepuasan pelayanan, dengan hasil studi sebelumnya yang belum konsisten. Oleh karena itu, penelitian ini diperuntukkan guna menganalisis dampak empati dan kepercayaan staf medis pada kepuasan pelayanan di platform Halodoc. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi pengguna aktif aplikasi Halodoc dan sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan Google Forms dan dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,238 atau 23,8%, yang berarti Empati dan Kepercayaan secara bersamaan mampu menjelaskan 23,8% variasi dalam Kepuasan Pelayanan, sedangkan 76,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Kesimpulannya, peningkatan Empati dan Kepercayaan secara efektif dapat meningkatkan Kepuasan Pelayanan pengguna Halodoc. Penelitian merekomendasikan agar Halodoc lebih memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan menjaga hubungan positif dengan mereka untuk meningkatkan kepuasan.

Kata kunci: Empati, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji Syukur diucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberi segala rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh empati dan kepercayaan terhadap kepuasan layanan pada platform *Halodoc*”**

Dokumen proposal skripsi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada jenjang Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Sultan Agung. Peneliti menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih selama proses bimbingan penyusunan proposal skripsi kepada:

1. Prof. Dr. Heru Sulistyono, S.E., M.Si., yang menjabat sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung Semarang
2. Bapak Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung Semarang sekaligus Dosen Pembimbing, yang telah berkenan mencurahkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi selama penyusunan proposal penelitian ini
3. Seluruh dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan, serta seluruh staf tata usaha dan juga perpustakaan atas bantuan yang diberikan selama proses awal penyusunan hingga selesainya proposal penelitian ini

4. Bapak dan Ibu yang sudah menjadi support sistem terbaik, untuk beliau skripsi dipersembahkan. Terimakasih atas segala kasih sayang, motivasi dan perjuangan yang ditempuh untuk anakmu mendapatkan gelar ini. Terimakasih atas segala doa yang menuntun peneliti hingga mencapai titik ini. Terimakasih atas dukungan finansial maupun non finansialnya. Terimakasih banyak sudah selalu mengusahakan apapun yang terbaik peneliti. Terimakasih Sudah mendampingi peneliti hingga saat ini. Semoga sehat selalu agar bisa melihat pencapaian yang lebih besar di masa depan nanti aamiin.
5. Kakak peneliti, drg. Adhalin fuku Handini dan Adik tercinta Adhwa Muzafara Najla serta Suami kakak peneliti, Briptu Arfyan setyo pribadi S.H. yang selalu memberikan semangat dan dukungan berupa materi maupun non materi dalam proses menyelesaikan skripsi sampai selesai.
6. Ponakan kecilku, Zalova meccaira Arselin yang menjadi hiburan dikala peneliti merasa capek, jenuh, dan kurang bersemangat.
7. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Rifqul Amni Baehaqi, S.T., yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan studi penulis. Terima kasih atas segala waktu, dukungan, doa, dan bantuan yang telah diberikan, serta telah menjadi tempat berbagi keluh kesah selama proses penyusunan skripsi ini hingga tuntas.
8. Sahabat peneliti yang berjuang bersama Riska, Anggi, Nifa , Nala, Prisilia , Laili fitriani. Terimakasih telah menjadi teman terbaik yang ku kenal di perkuliahan dan menjadi tempat berkeluh kesah membantu

penulis dalam menyusun skripsi ini. Sahabat yang telah menikmati masa masa sulit di akhir semester perkuliahan ini (Aja Giri).



9. Teman-teman Manajemen 2021 peneliti seperjuangan S1 yang berjuang dari maba hingga di titik ini.

10. Terakhir untuk diri saya sendiri, Ashka seavhana. Terimakasih sudah berjuang hingga titik ini dengan segala rintangan dan plotwist kehidupan. untuk bahu yang masih bertahan hingga saat ini dan terimakasih untuk tidak memenuhi kedagingan yang ditawarkan oleh dunia. Terimakasih sudah tetap berjalan di jalan Tuhan di tengah kepahitan yang menekan untuk menyerah. 1x Terimakasih sudah Mampu mengusahakan apapun dengan pelan-pelan. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini dan orang yang bisa berguna untuk orang lain.

Proposal skripsi ini masih mempunyai banyak kekurangan dan memerlukan masukan serta kritik yang membangun demi penyempurnaan. Harapannya, karya ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 11 Agustus 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Customer Satisfaction.....	11
2.2 Variabel Penelitian.....	11
2.2.1 Empati.....	11
2.2.2 Kepercayaan.....	13
2.2.3 Kepuasan Pelayanan.....	15

2.2.4 Variabel Kontrol.....	16
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	18
2.3.1 Pengaruh Empati Tenaga Medis Terhadap Kepuasan Pelayanan Pada Platfrom Halodoc.....	18
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Tenaga Medis terhadap Kepuasan Pelayanan Pada Platfrom Halodoc.....	19
2.5 Model Empirik.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	21
3.2.1 Populasi.....	21
3.2.2 Sampel.....	22
3.3 Sumber data.....	23
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.5 Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel dan Indikator.....	26
3.6 Teknik Analisis.....	28
3.6.1 Uji Validasi.....	28
3.6.2 Uji Realibilitas.....	29
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.7.1 Uji Normalitas.....	30
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	30
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	31
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	31
3.9 Uji Hipotesis.....	32
3.9.1 Uji parsial (Uji t).....	32
3.9.2 Uji F.....	33
3.10 Uji Koefisien Determinasi.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35

4.1 Karakteristik Responden.....	35
4.1.1 Deskripsi Responden Penelitian.....	35
4.2 Analisis Deskriptif.....	37
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....	38
4.3 Analisis Data.....	41
4.3.1 Uji Validitas.....	41
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.4.1 Uji Normalitas.....	44
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	45
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.5 Regresi Linear Berganda.....	46
4.6 Uji Hipotesis.....	47
4.6.1 Uji t.....	47
4.6.2 Uji F.....	48
4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
4.8 Pembahasan.....	50
4.8.1 Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Pelayanan.....	50
4.8.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelayanan.....	50
BAB V PENUTUP.....	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran.....	52
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	53
5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Halodoc.....	2
Gambar 1.2 Grafik Pengguna Halodoc 2023.....	2
Gambar 1.3 Interface Website Halodoc.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	20
Gambar 4.1 Grafik Karakteristik Responden Tempat Tinggal.....	36
Gambar 4.2 Grafik Karakteristik Responden Lama Penggunaan.....	36
Gambar 4.3 Grafik Karakteristik Responden Berapa Kali Bertransaksi.....	37



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Aplikasi Halodoc Periode 2021-2023.....	7
Tabel 3.1 Operasional Variabel dan Indikator.....	26
Tabel 4.1 Nilai Skor dan Kategori.....	38
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	39
Tabel 4.3 Validitas Indikator Variabel Penelitian.....	42
Tabel 4.4 Realibilitas Variabel.....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi.....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji T.....	47
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	49
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinasi.....	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian.....	53
Lampiran 2 Tabulasi Responden.....	58
Lmpiran 3 Hasil Uji Validitas dan Relibilitas.....	65
Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas, Multikolinearitas Dan Heteroskedastisitas.....	67
Lampiran 5 Hasil Analisis Linier Berganda, Uji t dan UJI F.....	68
Lampiran 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2).....	69



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital yang semakin berkembang, sektor kesehatan telah mengalami transformasi signifikan dengan hadirnya berbagai platform teknologi yang mempermudah masyarakat dalam mengakses layanan medis. Salah satu terobosan yang muncul adalah platform *telemedicine*, yang memberikan kesempatan bagi pasien untuk melakukan konsultasi dengan dokter tanpa perlu hadir secara langsung di fasilitas pelayanan kesehatan. Salah satu platform *telemedicine* yang semakin populer di Indonesia adalah Halodoc. Halodoc menyediakan berbagai layanan kesehatan, mulai dari konsultasi dengan dokter, pembelian obat, hingga layanan pengiriman resep, yang dapat diakses secara mudah dan cepat melalui aplikasi di perangkat mobile.

Halodoc adalah sebuah perusahaan teknologi kesehatan asal Indonesia yang berdiri di tahun 2016 di Jakarta oleh Jonathan Sudharta. Aplikasi ini dikembangkan untuk mempermudah layanan kesehatan serta memberikan akses yang sangat mudah bagi seluruh masyarakat di Indonesia. Sebagai platform yang aman, Melalui satu aplikasi seluler, Halodoc memfasilitasi pasien untuk terhubung dengan dokter berlisensi, layanan asuransi, laboratorium, serta apotek. Berdasar pada informasi yang diperoleh oleh penulis dari HR Halodoc melalui email, visi Halodoc adalah untuk menjadi pendamping terpercaya dalam perawatan kesehatan digital, sementara misinya adalah untuk mempermudah akses perawatan kesehatan dengan memanfaatkan

teknologi.





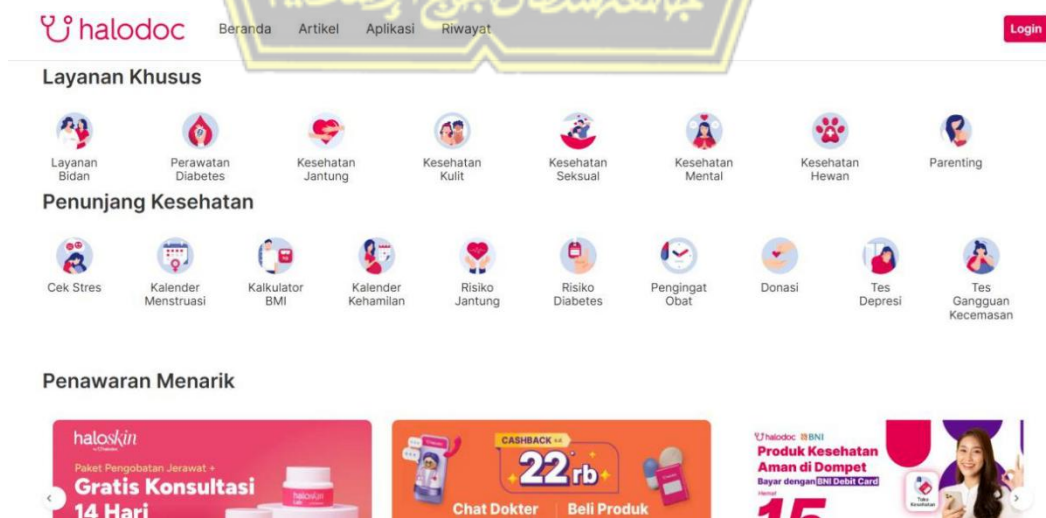
Gambar 1.1 Logo Halodoc

Halodoc, sebagai salah satu platform telemedicine terkemuka di Indonesia, telah berkembang pesat sejak didirikan pada tahun 2016. Aplikasi ini tidak hanya menyediakan layanan konsultasi dengan dokter berlisensi, tetapi juga menghubungkan pengguna dengan berbagai layanan medis lainnya, seperti apotek, laboratorium, dan asuransi. Pada tahun 2021, Halodoc mempunyai 20 juta pengguna aktif bulanan (Halodoc, 2021). Namun, data untuk tahun 2022 tidak tersedia dan 2023 terdapat grafik pengguna dalam periode bulan (Statista, 2023) (Gambar 1.2). Pengguna dapat mengakses layanan kesehatan secara praktis melalui aplikasi mobile yang tersedia untuk diunduh pada perangkat Android maupun iOS.



Pada gambar 1.2 dapat dilihat bahwasanya pengguna Halodoc mengalami peningkatan yang tidak optimal dari bulan Januari 2023 sampai dengan bulan Desember 2023. Menurut Katadata.id (2021), jumlah pengguna Halodoc mengalami peningkatan hingga 25 kali lipat dalam kurun waktu tiga tahun terakhir ini. Pada tahun 2021, tercatat terdapat 20 juta pengguna aktif setiap bulan, sementara jumlah transaksinya meningkat hingga 16 kali lipat. Selanjutnya pada tahun 2022 hingga 2023 berdasar pada Bisnis.com ada lebih dari 20 juta pengguna aktif pada setiap bulan terhubung dengan layanan Halodoc.(husnul maulida salsabila, n.d.).

Halodoc berfokus pada kemudahan akses kesehatan yang aman dan cepat, dengan memberikan pengalaman pengguna yang intuitif melalui antarmuka aplikasi yang sederhana namun efektif. Pengguna dapat langsung berkonsultasi dengan dokter tanpa harus keluar rumah, memesan obat, atau bahkan mengatur tes laboratorium. Semua layanan ini dapat diakses dengan beberapa langkah mudah pada layar aplikasi.



Gambar 1.2 Interface Website Halodoc

Pemakaian layanan kesehatan melalui platform Halodoc ini ternyata masih memiliki keterbatasan dibanding dengan layanan tatap muka. Salah satu kendala yang kerap ditemui adalah diagnosis penyakit tidak dapat langsung ditangani oleh dokter karena interaksi hanya dilakukan melalui pesan singkat atau komunikasi dalam aplikasi, penentuan obat yang akan dikonsumsi juga menjadi terbatas karena konsultasi hanya dilakukan melalui pesan singkat, bukan tatap muka langsung. Selain itu, banyak lansia yang tidak terbiasa menggunakan *smartphone* ataupun internet, sehingga lebih memilih pengobatan secara langsung. Faktor letak geografis Indonesia yang belum sepenuhnya mendukung juga menjadi tantangan, terutama terkait ketersediaan dan pengelolaan sarana prasarana yang dibutuhkan untuk penggunaan platform Halodoc. (Saputra & Dewi, 2022).

Keberhasilan Halodoc sebagai platform telemedicine tak hanya bergantung kepada teknologi yang canggih, tetapi juga kepada kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengguna. Dalam konteks ini, faktor seperti kepercayaan dan empati memainkan peran penting dalam membangun persepsi pengguna terhadap kualitas pelayanan platform tersebut.

Kepercayaan merupakan elemen krusial yang memengaruhi hubungan antara pengguna dan penyedia layanan telemedicine. Dalam platform seperti Halodoc, kepercayaan dapat dibangun melalui transparansi informasi, keamanan

data pribadi, serta profesionalisme tenaga medis. Penelitian oleh Zhang et al. (2021) menyatakan bahwasanya kepercayaan terhadap platform digital sangat



dipengaruhi oleh konsistensi layanan dan kejelasan komunikasi. Sementara itu, Tan et al. (2022) menemukan bahwasanya kepercayaan yang tinggi mampu mendorong loyalitas pasien terhadap layanan telemedicine.

Di sisi lain, empati mencerminkan sejauh mana tenaga medis mampu memahami kebutuhan dan kekhawatiran pasien, memberikan perhatian yang tulus, dan merespon dengan cara yang humanis. Dalam konteks telemedicine, empati ini dapat ditunjukkan melalui komunikasi yang responsif dan penuh perhatian selama konsultasi online. Penelitian oleh Lee et al. (2020) menunjukkan bahwasanya empati tenaga medis berdampak signifikan pada persepsi kualitas layanan dan tingkat kepuasan pasien dalam telemedicine.

Namun, tidak semua penelitian menunjukkan hasil positif terkait kepercayaan dan empati dalam telemedicine. Penelitian oleh Wu et al. (2021) menemukan bahwasanya kurangnya interaksi langsung dalam platform digital dapat menimbulkan keraguan pada pasien terhadap akurasi diagnosis dan profesionalisme dokter. Hal ini diperburuk oleh pengalaman pengguna yang melaporkan bahwasanya beberapa dokter tidak cukup responsif atau memberikan perhatian penuh selama sesi konsultasi. Penelitian oleh Singh et al. (2022) juga menunjukkan bahwasanya empati dalam telemedicine lebih sulit dirasakan dibandingkan layanan tatap muka, terutama ketika komunikasi dilakukan secara terbatas melalui teks atau suara saja.

Penelitian yang berkaitan dengan Kepuasan pelayanan pada telemedicine masih menjadi *tranding research* khususnya hubungan antara kepuasan

pelayanan dengan empati pasien. Namun demikian tentang variable-variabel diatas masih menunjukan hasil yang belum konsisten / masih adanya researchgap,

Penelitian Rahman et al. (2022) Penelitian ini menunjukkan hasil yang **positif**, di mana empati tenaga medis dalam konsultasi telemedicine dapat meningkatkan kepuasan pasien. Pada Zhang et al. (2021) Penelitian ini menunjukkan hasil yang **positif**, bahwasanya kepercayaan pasien terhadap platform kesehatan digital sangat memengaruhi tingkat kepuasan pasien serta niat untuk kembali memanfaatkan layanan.

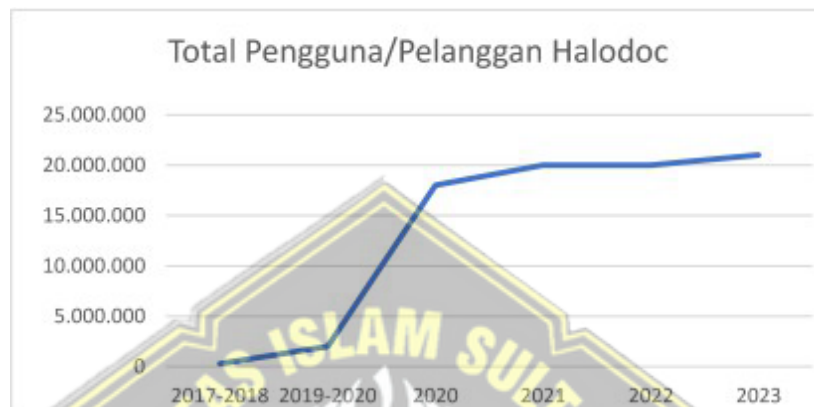
Yulianti et al. (2020) menunjukkan hasil yang **positif**, bahwasanya kualitas pada pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan kepada kepuasan pasien dalam pemakaian layanan telemedicine. Wu et al. (2021) menunjukkan hasil yang **Negatif**, bahwasanya Kurangnya interaksi langsung dalam platform digital dapat menimbulkan keraguan pada pasien terhadap akurasi diagnosis dan profesionalisme dokter.

Singh et al. (2022) Penelitian ini menunjukkan hasil yang **Negatif**, bahwasanya empati dalam telemedicine lebih sulit dirasakan dibandingkan layanan tatap muka, terutama ketika komunikasi dilakukan secara terbatas melalui teks atau suara saja. Sedangkan menurut Kurniawan et al (2021) Penelitian ini menunjukkan hasil yang **positif**, bahwasanya frekuensi penggunaan platform telemedicine berhubungan langsung dengan tingkat kepuasan pengguna.

Dari adanya research gap diatas untuk menyelesaikan research gap objek pengguna Halodoc layak diteliti, kami mengusulkan variabel baru yaitu empati.

Pemilihan objek penelitian yakni platform HaloDoc. Hal ini didasarkan pada jumlah pengguna aplikasi HaloDoc periode 2021 – 2023.

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Aplikasi Halodoc Periode 2021-2023



Sumber: Hasil olahan penelitian (2024)

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Pengguna Aplikasi HaloDoc 2021-2023 Berdasarkan pada tabel diatas bisa kita ketahui bahwasanya pengguna halodoc 3 tahun terakhir yaitu tahun 2021-2023 mengalami fluktuasi. Dan dari tabel diatas menunjukkan objek pengguna halodoc layak diteliti. Oleh karena itu, peneliti tertarik mengusulkan sebuah judul ***"Pengaruh Empati dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelayanan Pada Platform HaloDoc"***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dikaji sebagaimana berikut ini :

1. Bagaimana pengaruh Empati tenaga medis terhadap Kepuasan Pelayanan Halodoc?
2. Bagaimana pengaruh Kepercayaan tenaga medis terhadap Kepuasan

Pelayanan pada platfrom Halodoc?



1.3 Tujuan Penelitian

Berdasar pada pertanyaan penelitian yang telah diajukan, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pengaruh Empati tenaga medis terhadap Kepuasan Pelayanan pada Platform Halodoc
2. Menganalisis pengaruh Kepercayaan tenaga medis terhadap Kepuasan Pelayanan pada Platform Halodoc

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, baik dari sisi teoritis maupun praktis, sebagaimana berikut ini:

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai kepercayaan, empati, dan kepuasan pasien pada platform layanan kesehatan digital seperti Halodoc. Hasil pada studi ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut terkait pengaruh variabel-variabel tersebut dalam sektor telemedicine yang terus berkembang (Parasuraman et al., 1988; Lee et al., 2020).

2. Kontribusi terhadap Teori Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang hubungan kepercayaan, dan empati terhadap kepuasan pasien, serta bagaimana

kepuasan memengaruhi loyalitas pelanggan dalam konteks layanan kesehatan



digital. Temuan ini diharapkan dapat memperkaya teori-teori yang berkaitan dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan (Oliver, 1999; Gefen et al., 2003).

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Platform Halodoc

Hasil pada studi ini diharapkan bisa memberikan wawasan strategis bagi pengelola platform Halodoc untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Dengan memahami pengaruh kepercayaan, dan empati terhadap kepuasan pengguna, Halodoc dapat mengidentifikasi dan memperbaiki aspek-aspek yang kurang optimal, sehingga meningkatkan loyalitas pengguna (Wu et al., 2021).

2. Bagi Praktisi Kesehatan Digital

Penelitian ini memberikan panduan bagi penyedia layanan kesehatan digital lainnya dalam meningkatkan pengalaman pengguna. Pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya empati tenaga medis dan kepercayaan pengguna dapat membantu penyedia layanan memperkuat hubungan dengan pasien (Wang et al., 2022).

3. Bagi Peneliti dan Akademisi

Hasil atas penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi peneliti maupun akademisi yang mempunyai ketertarikan mengeksplorasi hubungan antara empati layanan dan kepuasan pasien dalam konteks telemedicine. Hasil pada studi ini dapat membuka peluang untuk mengembangkan model atau teori

baru yang relevan dalam layanan kesehatan digital (Gefen et al., 2003).



4. Bagi Pengguna Layanan Telemedicine

Studi ini diharap bisa memberi wawasan yang lebih mendalam kepada pengguna layanan *telemedicine* terkait faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman mereka. Dengan informasi ini, pengguna dapat memilih platform layanan kesehatan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga meningkatkan manfaat layanan kesehatan digital dalam kehidupan sehari-hari.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Customer Satisfaction

Grand teori yang digunakan pada studi ini adalah Teori Layanan (Service Theory) dan Teori Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction Theory). Teori Layanan mengacu pada konsep bahwasanya kualitas layanan yang diberikan, seperti kecepatan, keandalan, dan empati, sangat memengaruhi pengalaman pelanggan dalam konteks platform telemedicine seperti Halodoc. Sedangkan Teori Kepuasan Pelanggan menyatakan bahwasanya kepuasan tercipta ketika layanan yang diterima pelanggan sesuai atau melebihi harapan mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pengguna (Kurniawan et al., 2020). Penelitian oleh Zhang et al. (2021) juga menegaskan pentingnya kepercayaan pasien terhadap platform kesehatan digital, yang dipengaruhi oleh transparansi dan kualitas interaksi dengan penyedia layanan. Oleh karena itu, kedua teori ini memberikan kerangka untuk mengeksplorasi bagaimana Kepuasan pelayanan terhadap pengguna pada platform Halodoc.

2.2 Variabel Penelitian

2.2.1 Empati

Baron dan Byrne dalam buku *Psikologi Sosial* menjelaskan bahwasanyasanya empati merupakan suatu kemampuan guna merasakan kondisi emosional orang lain, menunjukkan simpati, berupaya membantu menyelesaikan masalah, serta melihat dari sudut pandang orang tersebut.



Empati dalam konteks telemedicine adalah kemampuan tenaga medis untuk memahami dan merasakan kebutuhan serta perasaan pasien, dan memberikan perhatian lebih terhadap keluhan yang disampaikan. Dalam platform seperti Halodoc, empati tercermin dalam bagaimana dokter atau tenaga medis lainnya mendengarkan keluhan pasien serta menawarkan solusi yang selaras dengan kebutuhan mereka. Penelitian oleh Putri & Purnama (2020) menunjukkan bahwasanya tingkat empati yang tinggi dari tenaga medis dalam telemedicine memberikan rasa nyaman kepada pasien, meskipun interaksi dilakukan secara jarak jauh.

Selain itu, empati juga berkaitan dengan komunikasi yang efektif. Komunikasi yang jelas, terbuka, dan responsif dari tenaga medis dapat memperkuat hubungan antara pasien dan dokter, serta meningkatkan tingkat kepercayaan dan kepuasan pasien. Setiawati & Haryanto (2021) menyatakan bahwasanya komunikasi yang empatik di platform telemedicine dapat memberikan dampak positif terhadap pengalaman pasien, yang akhirnya meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan.

Empati juga melibatkan manajemen stres dan dukungan emosional yang diberikan oleh tenaga medis. Dalam kasus pasien yang cemas mengenai kondisi kesehatan mereka, respons empatik dari dokter mampu meredakan kecemasan sekaligus meningkatkan kenyamanan. Oleh karena itu, kemampuan tenaga medis untuk menunjukkan empati dapat memperbaiki pengalaman pasien dan mendorong mereka untuk terus menggunakan layanan di masa depan.

Secara detail indikator empati menurut (Mutiara et al., 2021; Utami & Jatra, 2015) meliputi empat hal yaitu:

1. Memahami kebutuhan spesifik pelanggan
2. Memperlakukan pelanggan dengan ramah
3. Mengutamakan kepentingan pelanggan (Fitriani Latief. Abdul Malik, 2023)

2.2.2 Kepercayaan

Maharani (2010) mengemukakan bahwasanya kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap reliabilitas, ketahanan, dan integritas pihak lain dalam suatu hubungan, serta keyakinan bahwasanya tindakan pihak tersebut didasari pada kepentingan terbaik dan akan memberikan hasil positif bagi pihak yang memberi kepercayaan. Berdasar pada pandangan para ahli tersebut, dapat ditarik simpulan bahwasanyasanya kepercayaan adalah harapan yang dimiliki oleh individu ataupun kelompok bahwasanya perkataan, janji, maupun pernyataan, baik lisan maupun tulisan, dari individu atau juga kelompok lain akan benar-benar terpenuhi (Caniago, 2022).

Kepercayaan adalah elemen krusial dalam hubungan antara pengguna dan platform telemedicine. Kepercayaan terhadap Halodoc mencakup keyakinan bahwasanya layanan yang diberikan aman, data pribadi terlindungi, dan tenaga medis yang terlibat adalah profesional dan kompeten. Kepercayaan ini terbentuk melalui pengalaman pengguna yang positif, transparansi dalam informasi medis, serta kebijakan privasi yang jelas dan terjamin. Penelitian oleh Ningsih & Ginting (2020) menunjukkan

bahwasanya kepercayaan yang tinggi



terhadap platform digital sangat berpengaruh terhadap keputusan pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut, khususnya di sektor kesehatan yang membutuhkan jaminan keamanan dan kualitas.

Kepercayaan juga terkait dengan profesionalisme tenaga medis yang terlibat dalam layanan telemedicine. Pengguna harus merasa yakin bahwasanya dokter yang mereka konsultasikan mempunyai kualifikasi dan kompetensi yang sesuai. Penelitian oleh Lestari & Tan (2021) mengungkapkan bahwasanya kualitas interaksi dengan tenaga medis yang profesional dapat meningkatkan tingkat kepercayaan pasien terhadap layanan tersebut. Dalam telemedicine, transparansi mengenai biaya, prosedur layanan, dan kebijakan privasi juga sangat berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan pengguna. Wijayanti & Hermawan (2021) menunjukkan bahwasanya transparansi yang tinggi dalam memberikan informasi dapat meningkatkan kepercayaan pasien terhadap platform digital, yang berujung pada pengalaman pengguna yang lebih baik serta kepuasan yang lebih tinggi.

Menurut Donni (2017), kepercayaan dibentuk melalui berbagai karakteristik. Karakteristik tersebut meliputi: (1) menjaga hubungan dengan konsumen, (2) menerima pengaruh dari konsumen, (3) bersikap terbuka dalam komunikasi, (4) mengurangi tindakan pengawasan terhadap konsumen, (5) menunjukkan kesabaran, (6) memberikan pembelaan kepada konsumen, (7) menyampaikan informasi positif, (8) bersedia menerima risiko dari konsumen, (9) menciptakan rasa nyaman, dan (10) memberikan kepuasan kepada konsumen (Caniago, 2022)

2.2.3 Kepuasan Pelayanan

Kepuasan pelayanan pada pasien dalam konteks telemedicine adalah persepsi pasien terhadap tingkat layanan yang diberikan oleh platform Halodoc, yang mencakup berbagai aspek seperti kecepatan respons, akurasi informasi medis, kenyamanan selama interaksi, dan kemudahan akses layanan. Pengguna platform telemedicine seperti Halodoc berharap dapat mengakses layanan dengan cepat, mendapatkan informasi medis yang tepat, dan merasa nyaman selama konsultasi dengan tenaga medis. Kualitas pelayanan yang baik akan berhubungan langsung dengan kepuasan pengguna. Dalam penelitian oleh Mardiana & Sari (2020), kecepatan dalam merespon keluhan pasien dan akurasi diagnosis terbukti menjadi faktor penting dalam penilaian kepuasan kualitas layanan pada aplikasi telemedicine.

Aspek lain yang penting adalah reliabilitas dan daya tanggap. Reliabilitas merujuk pada konsistensi layanan yang diberikan platform, sedangkan daya tanggap mengacu pada seberapa cepat tenaga medis merespons permintaan pasien. Penelitian oleh Purnomo et al. (2021) menunjukkan bahwasanya daya tanggap yang cepat dalam menanggapi keluhan pasien meningkatkan penilaian positif terhadap kepuasan kualitas layanan. Dalam konteks Halodoc, hal ini mencakup seberapa cepat pasien dapat mengakses dokter atau apotek, serta bagaimana informasi medis yang diberikan relevan dan berguna bagi pasien.

Kepuasan pelayanan yang baik juga sangat dipengaruhi oleh kecocokan antara ekspektasi pengguna dan layanan yang diterima. Pengguna dengan

ekspektasi tinggi terhadap kecepatan, kenyamanan, dan interaksi yang efisien akan lebih puas jika layanan memenuhi atau melebihi harapan tersebut. Sebaliknya, jika layanan tidak sesuai dengan ekspektasi, kepuasan pengguna bisa menurun (Suryani & Dewi, 2020).

Indikator mengukur kepuasan pelayanan menurut Indrasari (2019;92)

1. Kesesuaian Harapan
2. Minat Berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan (Sibarani, 2023)

2.2.4 Variabel Kontrol

Variabel kontrol yagna da pada studi ini adalah faktor-faktor yang tidak termasuk dalam variabel independen atau dependen, tetapi dapat mempengaruhi hubungan antara variabel-variabel utama (kepercayaan, empati, dan kepuasan pelayanan) yang perlu dikendalikan untuk memperoleh hasil yang lebih akurat dan valid. Variabel kontrol ini digunakan untuk memastikan bahwasanya hasil penelitian tidak dipengaruhi oleh faktor eksternal yang tidak relevan dengan fokus utama penelitian.

Variabel kontrol yang digunakan pada studi ini mencakup:

1. Usia Pengguna

Usia dapat mempengaruhi bagaimana seseorang merespons dan menggunakan layanan telemedicine. Generasi yang lebih muda mungkin

lebih familiar dengan teknologi dan lebih cepat mengadopsi aplikasi kesehatan digital, sementara generasi yang lebih tua mungkin lebih berhati-



hati dalam menggunakan teknologi. Oleh karena itu, usia dapat berfungsi sebagai variabel kontrol untuk menilai sejauh mana faktor demografis ini mempengaruhi pengalaman dan kepuasan pasien. Penelitian oleh Huang et al. (2020) menunjukkan bahwasanya usia mempunyai pengaruh signifikan terhadap penggunaan dan kepuasan terhadap platform telemedicine.

2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan pengguna juga dapat memengaruhi pemahaman mereka terhadap informasi yang diberikan dalam layanan telemedicine, serta sejauh mana mereka merasa nyaman menggunakan aplikasi digital. Pengguna mempunyai tingkat pendidikan lebih tinggi cenderung lebih dapat memahami serta mengevaluasi kualitas layanan dengan lebih kritis dibandingkan individu yang mempunyai tingkat pendidikan lebih rendah. Kim et al. (2021) menemukan bahwasanya tingkat pendidikan berpengaruh pada pengalaman pengguna dan tingkat kepuasan terhadap layanan kesehatan digital.

3. Frekuensi Pemakaian layanan

Frekuensi penggunaan platform Halodoc juga merupakan variabel kontrol penting. Pengguna yang sering menggunakan layanan telemedicine mungkin memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap kualitas layanan dan cenderung lebih puas jika mereka mendapatkan pengalaman yang konsisten dan berkualitas. Sebaliknya, pengguna yang baru pertama kali menggunakan platform mungkin memiliki pengalaman yang berbeda. Kurniawan et al. (2021) menekankan bahwasanya frekuensi penggunaan

berhubungan langsung dengan tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi telemedicine, di mana pengguna yang lebih sering menggunakan aplikasi cenderung lebih puas dan loyal.

4. Pengalaman Kesehatan Sebelumnya

Pengalaman kesehatan pengguna sebelumnya, seperti pernah menggunakan layanan kesehatan tradisional atau platform digital lainnya, dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap kepuasan kualitas layanan yang diberikan oleh Halodoc. Pengguna yang memiliki pengalaman baik dengan layanan kesehatan lain mungkin memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap Halodoc. Wahyudi et al. (2020) mengemukakan bahwasanya pengalaman pasien sebelumnya dalam menerima layanan kesehatan dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas layanan digital dan tingkat kepuasan mereka.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Empati Tenaga Medis Terhadap Kepuasan Pelayanan Pada Platform Halodoc

Penelitian oleh Rahman et al. (2022) memperjelas bahwasanyasanya empati yang ditunjukkan oleh tenaga medis dalam sesi konsultasi telemedicine dapat meningkatkan kepuasan pasien. Empati ini tercermin dalam cara dokter mendengarkan keluhan pasien serta menawarkan solusi yang tepat sesuai kebutuhan mereka. Walaupun demikian, riset oleh Lee et al. (2020) dan Rahman (2022) menunjukkan hasil yang konsisten mengenai pengaruh positif empati terhadap kepuasan, terdapat juga penelitian yang

menunjukkan



bahwasanya empati tidak selalu berpengaruh signifikan pada kepuasan, yang dapat menciptakan celah dalam penelitian yang ada. Maka hipotesis pertama yaitu ***H1: Semakin meningkat Empati tenaga medis maka Semakin meningkat Kepuasan Pelayanan***

2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Tenaga Medis terhadap Kepuasan Pelayanan Pada Platform Halodoc

Zhang et al. (2021) menyatakan bahwasanya kepercayaan pasien terhadap platform kesehatan digital sangat bergantung pada transparansi informasi dan kualitas layanan yang diberikan. Keamanan data pribadi, profesionalisme tenaga medis, dan komunikasi yang jelas adalah faktor utama yang membangun kepercayaan pasien terhadap platform telemedicine seperti Halodoc. Namun, beberapa penelitian lain menunjukkan bahwasanya kepercayaan juga dipengaruhi oleh faktor eksternal lainnya, seperti regulasi dan ulasan pengguna yang mungkin lebih mempengaruhi keputusan pasien untuk menggunakan layanan tersebut. Maka hipotesis kedua yaitu:

H2: Semakin meningkat Kepercayaan tenaga medis dalam layanan Halodoc maka semakin meningkat Kepuasan Pelayanan.

2.5 Model Empirik

Berdasar pada kerangka pikir berikut, terdapat tiga variabel yaitu variabel independen serta juga variabel dependen. Variabel terikat digambarkan pada ilustrasi di bawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh variabel-variabel tertentu terhadap intensi kunjungan ulang pasien melalui platform Halodoc. Metode kuantitatif dipilih sebab penelitian ini ingin menguji hubungan antar variabel dengan memanfaatkan data yang bersifat terukur dan dapat diolah secara statistik. Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwasanya pendekatan kuantitatif efektif guna menilai berbagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam konteks layanan kesehatan digital (Bergström et al., 2021; Kaur & Sharma, 2023). Studi ini menggunakan data primer, yaitu data yang didapatkan secara langsung tanpa perantara. Data tersebut dikumpulkan dari subjek penelitian (*self-report data*), yang memuat pendapat serta karakteristik para responden.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Populasi penelitian ini mencakup semua individu yang pernah menggunakan platform Halodoc sebagai sarana untuk berkonsultasi dengan dokter secara online. Platform Halodoc dipilih karena popularitasnya dalam memberikan layanan kesehatan jarak jauh yang dapat menjangkau pasien di berbagai wilayah. Populasi ini mencakup semua usia dan latar belakang sosial-ekonomi yang menggunakan layanan Halodoc dalam periode waktu



tertentu. Populasi serupa juga ditemukan dalam penelitian oleh Andriani (2022), yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan layanan kesehatan digital di Indonesia.

3.2.2 Sampel

Sampel penelitian ini terdiri dari individu-individu yang secara aktif menggunakan platform Halodoc untuk layanan konsultasi medis, dengan kriteria tertentu seperti:

1. Pengguna aktif yang telah melakukan lebih dari satu kali konsultasi melalui platform Halodoc.
2. Pengguna yang telah menggunakan platform dalam 6 bulan terakhir.
3. Pengguna yang bersedia berpartisipasi dalam pengisian kuisioner yang disediakan dalam penelitian ini.

Sampel adalah bagian dari seluruh jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pada studi ini, penentuan sampel dilakukan berdasar pada rumus Lemeshow sebagaimana berikut ini :

$$n = \frac{z^2 \cdot a \times P (1 - P)}{d^2}$$

Dimana:

n: Total Sampel,

Z: Skor Z pada keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$) sehingga didapatkan ($Z = 1,96$),

P: Maksimal estimasi 50% = 0,5, d: jenjang kesalahan 10% = 0,1
 dari perhitungan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan,

yaitu:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$



$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5(0,5)}{0,01}$$

$$n = 0,9604$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Berdasarkan rumus di atas, jumlah sampel pada studi ini yaitu 96 orang, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang.

3.3 Sumber data

Data dalam penelitian ini berasal dari nilai setiap indikator variabel yang diperoleh melalui kuesioner yang telah dibagikan kepada pengguna aktif Halodoc. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh sampel yang cocok dengan karakteristik yang dibutuhkan, yaitu pengguna aktif Halodoc yang telah melakukan beberapa kali konsultasi. Penelitian ini juga menggunakan teknik *purposive sampling* pada pengambilan sampelnya oleh Gupta dan Singh (2020) untuk memastikan relevansi sampel dengan objek penelitian.

A. Data Primer

Data yang dikumpulkan langsung dari sumber asli dan disesuaikan secara khusus agar relevan dengan isu yang akan diteliti (Cooper & Emory, 1998). Data primer dikumpulkan dari pendapat responden yang diamati, berupa jawaban tertulis melalui kuesioner, hasil observasi terhadap objek penelitian, serta hasil pengujian. Dalam penelitian ini, sumber data primer adalah pengguna aktif Halodoc.

B. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data terbitan yang dikumpulkan bukan untuk tujuan yang sama dengan penelitian ini, melainkan untuk keperluan lain (Supomo, 2002). Dalam studi ini, data sekunder didapatkan dari jurnal penelitian, artikel, majalah, dan buku ilmiah yang memiliki kemiripan dengan topik penelitian. Sumber data sekunder pada studi ini meliputi dokumen, dokumentasi, angket, dan sejenisnya.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data melalui kuesioner yang disusun menggunakan skala Likert. Skala ini diperuntukkan guna menilai sikap, pendapat, atau persepsi responden terhadap variabel yang diteliti, seperti kompetensi dokter, citra persona, dan aksesibilitas layanan dokter pada platform Halodoc. Responden diarahkan untuk memberikan evaluasi terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner berdasar pada tingkat kesetujuannya, yang berkisar dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

Kuesioner diberikan kepada sampel terpilih dan hasilnya dianalisis untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam studi ini. Pengumpulan seluruh data akan dilakukan secara daring menggunakan platform survey online untuk memudahkan distribusi dan pengumpulan data. Penggunaan kuesioner dengan skala Likert telah terbukti efektif dalam berbagai penelitian terkait persepsi konsumen terhadap layanan digital (Kumar & Rathi, 2022; Khan et al., 2023).

Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, atau pendapat responden mengenai variabel yang diteliti. Penilaian dilakukan dengan memilih satu dari lima pilihan berikut:

1. Sangat Setuju (SS)

Menggambarkan tingkat persetujuan yang sangat kuat terhadap pernyataan yang diberikan. Responden merasa sangat yakin bahwasanya pernyataan tersebut benar dan sesuai dengan pengalaman atau pandangannya.

2. Setuju (S)

Menunjukkan tingkat kesepakatan yang cukup tinggi, namun tidak sekuat "Sangat Setuju". Responden umumnya setuju dengan pernyataan tersebut, meskipun ada kemungkinan ada beberapa hal yang sedikit berbeda atau tidak sepenuhnya sesuai.

3. Netral (N)

Responden tidak merasa kuat pada sisi setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden mungkin merasa bahwasanya pernyataan itu tidak terlalu relevan atau tidak memberikan dampak signifikan.

4. Tidak Setuju (TS)

Menunjukkan tingkat ketidaksetujuan terhadap pernyataan tersebut, tetapi tidak begitu kuat. Responden merasa bahwasanya pernyataan tersebut tidak sepenuhnya sesuai dengan pandangannya, meskipun tidak sepenuhnya salah.

5. Sangat Tidak Setuju (STS)

Menggambarkan penolakan yang sangat kuat terhadap pernyataan tersebut.

Responden merasa bahwasanya pernyataan tersebut tidak relevan atau tidak sesuai dengan pandangannya sama sekali.

<i>Sangat Tidak Setuju</i>	1	2	3	4	5	<i>Sangat Setuju</i>
----------------------------	---	---	---	---	---	----------------------

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Variabel dalam penelitian ini meliputi Empati, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelayanan, dengan definisi setiap variabel dipaparkan pada tabel.

Tabel 3.1 Operasional Variabel dan Indikator

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala	Sumber
Empati (X1)	Empati	adalah		
	kemampuan medis memahami merespon sensitif	tenaga 1. Memahami dalam kebutuhan spesifik dan pelanggan dengan		
		terhadap 2. Memperlakukan	Skala	
	kebutuhan emosional pelanggan dengan pasien selama ramah		Likert	(Mutiarra et al., 2021; Utami & Jatra, 2015)
	konsultasi telemedicine melalui Halodoc.	3. Mengutamakan kepentingan pelanggan		

Kepercayaan (X2)	Kepercayaan adalah keyakinan pasien 1).Menjaga terhadap kemampuan, hubungan integritas, dan konsumen,	Skala Donni (2017), Likert
	profesionalisme tenaga 2).Menerima medis yang pengaruh memberikan layanan konsumen, melalui platform	



Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala	Sumber
	Halodoc, yang mencakup transparansi informasi dan keamanan data.	3). Terbuka dalam komunikasi dengan konsumen, 4) Mengurangi pengawasan terhadap konsumen, 5) Menunjukkan kesabaran dalam berinteraksi dengan konsumen, 6) Memberikan pembelaan kepada konsumen, 7) Menyampaikan informasi yang bersifat positif bagi konsumen, 8) Bersedia menerima risiko dari konsumen, 9) Menciptakan kenyamanan bagi konsumen, dan 10) Meningkatkan kepuasan konsumen		
Kepuasan Pelayanan (Y)	Kepuasan pelayanan adalah evaluasi terhadap keseluruhan pengalaman pasien saat menggunakan layanan di platform Halodoc, termasuk aspek kemudahan akses, respons cepat, kenyamanan, dan akurasi informasi yang diterima.	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan	Skala Likert	Indrasari (2019;92)

3.6 Teknik Analisis

Penelitian ini menggunakan berbagai teknik analisis data untuk menguji hipotesis yang diajukan. Metode yang diterapkan adalah metode kuantitatif. Analisis data kuantitatif adalah sebuah teknik analisis yang menggunakan data berbentuk angka serta penilaian variabel, disertai interpretasi hasil perhitungan. Pada studi ini, analisis dilakukan menggunakan SPSS. Metode regresi berganda diterapkan guna melihat sejauh mana pengaruh variabel bebas (X) yang terdiri atas Empati (X1), Kepercayaan (X2), Kepuasan Pelayanan (Y).

3.6.1 Uji Validasi

Menurut Sugiyono (2013), validitas mengarah kepada kemampuan suatu instrumen untuk mengukur apa yang bisa diukur. Validitas menunjukkan kesesuaian antar data yang sesungguhnya di lapangan dengan data yang diperoleh oleh peneliti. Sementara itu, Ghozali (2013) menyatakan bahwasanya validitas dapat diuji dengan menghitung korelasi antar skor setiap butir soal dengan skor total variabel. Uji signifikansi digunakan dengan perbandingan nilai r hitung dan r tabel berdasar pada derajat kebebasan (df) = $n-2$, di mana n yaitu jumlah total sampel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, pertanyaan dinyatakan valid. Nilai r tabel diambil pada tingkat signifikansi 5% (0,05), dan perhitungan derajat kebebasan dilakukan digunakannya rumus yang sesuai.

$$: [df = n - 2]$$

Keterangan:

df: degree of freedom

n: jumlah sampel

2: two tail tes

3.6.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan guna menilai konsistensi sebuah kuesioner yang terdiri dari indikator-indikator variabel atau juga konstruk. Suatu kuesioner dianggap reliabel jika jawaban responden tetap konsisten dan stabil ketika diukur pada waktu yang berbeda. Reliabilitas suatu tes mencerminkan sejauh mana hasilnya stabil, konsisten, dapat diprediksi, dan akurat. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi menandakan bahwasanya data yang diperoleh konsisten dan dapat dipercaya. Dengan kata lain, suatu variabel dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's alpha*-nya lebih besar dari 0,7 (Ghozali, 2009).

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yaitu syarat statistik yang perlu dilakukan dalam analisis regresi linier berganda berbasis *ordinary least square* (OLS). Pada OLS terdapat satu variabel dependen, sedangkan variabel independennya lebih dari satu. Menurut Saleh & Utomo (2018), untuk memastikan keakuratan model tersebut, perlu dilakukan pengujian beberapa asumsi klasik, termasuk uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal (Ardian, 2019). Dalam program *Econometric Views 10* (EViews 10), uji normalitas dilakukan menggunakan metode *Jarque-Bera*, yaitu uji statistik. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal dengan mengukur skewness dan kurtosis, kemudian dibandingkan dengan kondisi data yang berdistribusi normal (Eksandy & Hakim, 2017). Guna menilai apakah data berdistribusi normal atau tidak, terdapat dua metode yang dapat digunakan, yaitu:

1. Apabila nilai Jarque-Bera (J-B) $< \chi^2$ tabel dan probabilitas $> 0,05$ (lebih besar dari 5%), maka data dianggap berdistribusi normal.
2. Apabila nilai Jarque-Bera (J-B) $> \chi^2 0,05$ dan probabilitas $< 0,05$ (lebih kecil dari 5%), maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan guna mengetahui apakah terdapat adanya korelasi antar variabel bebas pada model regresi (Ardian, 2019). Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagaimana berikut ini:

1. Jika nilai korelasi lebih besar dari 0,80, maka H_0 ditolak, menandakan adanya masalah multikolinieritas.
2. Jika nilai korelasi kurang dari 0,80, maka H_0 diterima, yang berarti tidak terdapat masalah multikolinieritas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan guna menilai apakah dalam model regresi memiliki ketidaksamaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya (Pramono, 2014). Pada studi ini, deteksi keberadaan heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen (Pramono, 2014). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagaimana berikut ini:

1. Jika nilai $p\text{-value} \geq 0,05$, maka H_0 ditolak, yang menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai $p\text{-value} \leq 0,05$, maka H_0 ditolak, yang menandakan adanya masalah heteroskedastisitas

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan salah satu bentuk analisis regresi linier di mana ada lebih dari satu variabel bebas. Analisis regresi diperuntukkan guna mengukur pengaruh variabel bebas kepada variabel terikat. Perhitungan data dengan metode regresi linier berganda dilakukan menggunakan persamaan sebagaimana berikut ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

β_1, β_2 = Koefisien Regresi X_1, X_2

Y = Kepuasan pengguna



α = Konstanta

X1 = Empati

X2 = Kepercayaan

ε = Error

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji parsial (Uji t)

Uji t , atau uji parsial, digunakan guna menilai pengaruh tiap variabel bebas secara individu kepada variabel terikat. Uji ini bisa dilakukan guna membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, ataupun dengan memperhatikan nilai signifikansi pada setiap t hitung. Pengujian ini diperuntukkan guna menilai pengaruh parsial variabel bebas kepada variabel terikat dengan dibandingkannya nilai t hitung dan t tabel. Setiap t hasil perhitungan dibanding dengan t tabel yang ditentukan berdasar pada taraf signifikansi 0,05.

1. Jika t hitung $< t$ tabel dan p -value $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti salah satu variabel bebas tidak berpengaruh signifikan kepada variabel terikat.
2. Jika nilai t hitung $> t$ tabel dan p -value $< 0,05$, maka H_1 dinyatakan diterima sedangkan H_0 ditolak, yang menunjukkan bahwasanya salah satu variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.9.2 Uji F

Uji F diperuntukan guna menilai apakah seluruh variabel independen dalam model secara simultan atau secara bersamaan memengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2006). Penentuan nilai F tabel serta F hitung dengan tingkat kepercayaan 95% atau taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

- 1.) Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau F hitung melebihi F tabel, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh simultan atau secara bersamaan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2.) Apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau F hitung lebih kecil dari F tabel, maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Ini berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh secara simultan atau secara bersamaan terhadap variabel dependen.

3.10 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk menilai sejauh mana model bisa memaparkan variabel dependen. Nilainya berada pada rentang antara nol hingga satu ($0 < R^2 < 1$).

Nilai R^2 yang rendah memperlihatkan bahwasanyasanya semua variabel independen memiliki keterbatasan guna mempresentasikan variabel dependen. Namun, R^2 memiliki kelemahan berupa bias terhadap jumlah seluruh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, karena penambahan satu variabel akan selalu meningkatkan nilai R^2 , meskipun variabel tersebut tidak

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan adjusted R^2 . Semakin nilai adjusted R^2 mendekati satu (1), semakin baik pula kemampuan model pada menggambarkan variabel dependen (Pramono, 2014).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

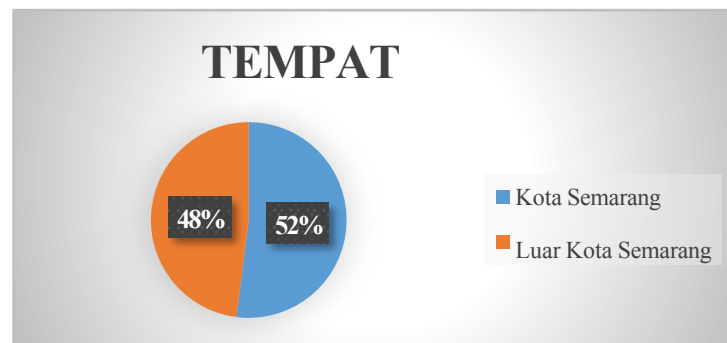
Populasi responden dalam studi ini meliputi seluruh pengguna aktif aplikasi Halodoc. Pada studi ini, pengumpulan data kuesioner dilakukan secara online dengan memanfaatkan platform formulir digital Google Form.

Data hasil kuesioner dari responden yang menjadi subjek penelitian ini, khususnya terkait identitas, menyajikan deskripsi mengenai karakteristik responden. Beberapa faktor seperti jenis kelamin, lama melakukan transaksi, dan domisili digunakan untuk mengenali responden pada studi ini.

4.1.1 Deskripsi Responden Penelitian

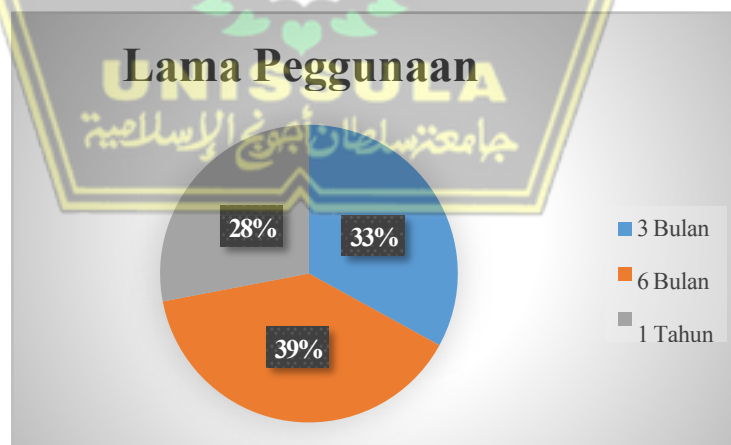
Penelitian ini melibatkan 100 responden, dengan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dilakukan kepada responden, yang berisi serangkaian pertanyaan terkait variabel penelitian serta data pribadi responden, seperti jenis kelamin, lama bertransaksi, dan domisili. Hasil pengumpulan data dari responden disajikan sebagaimana berikut ini:





Gambar 4.1 Grafik Karakteristik Responden Tempat Tinggal

Gambar 4.1 di atas menyatakan jika Tempat Tinggal responden Pengguna Halodoc didominasi oleh Luar Kota Semarang sejumlah 52 responden atau 52% dan Kota Semarang sejumlah 48 responden atau 48%. Mayoritas responden merupakan Luar kota Semarang karena lebih banyak dalam bertransaksi dalam aplikasi Halodoc yaitu Luar Kota Semarang, walaupun mengingat bertransaksi di Halodoc bisa di selesaikan baik Luar kota Semarang maupun Kota Semarang.



Gambar 4.2 Grafik Karakteristik Responden Lama Penggunaan

Gambar 4.2 di atas menyatakan jika Berapa lama menggunakan aplikasi Halodoc didominasi oleh responden yang bertransaksi selama 6 Bulan dengan total 39 responden atau 39% dan responden yang bertransaksi selama 3 Bulan

sejumlah 33 responden atau 33%, dan responden yang bertransaksi selama 1 tahun sejumlah 28 responden atau 28%. Pengguna yang telah lama menggunakan aplikasi Halodoc umumnya memiliki pemahaman lebih mendalam terkait mekanisme transaksi. Kondisi ini dipengaruhi oleh pengalaman mereka yang lebih luas dalam menerapkan cara-cara efektif untuk membangun kepercayaan serta kepuasan layanan saat bertransaksi di Halodoc.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berapa kali Bertransaksi



Gambar 4.3 Grafik Karakteristik Responden Berapa Kali Bertransaksi
Tabel 4.3 di atas menyatakan jika berapa kali bertransaksi sebanyak 40 responden didominasi dengan 2 kali bertransaksi atau 40% dan 1 kali bertransaksi sebanyak 26 responden atau 26% dan >3 kali sebanyak 34 responden atau 34%. Berdasar pada data tersebut, dapat disimpulkan bahwasanya tingkat keaktifan pengguna aplikasi Halodoc tergolong baik, karena sebagian besar melakukan transaksi sebanyak dua kali.

4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini diperuntukkan guna menggambarkan persepsi responden terhadap penilaian masing-masing variabel yang diteliti dalam studi ini. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan meliputi Kepercayaan, Citra Merek, dan Loyalitas. Masing-masing variabel diukur menggunakan skala Likert untuk menentukan bobot jawaban responden, mulai dari kategori sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, hingga sangat tidak setuju, dengan digunakannya rumus berikut:

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{nilai maksimal} - \text{nilai minimal}}{\text{jumlah kelas}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Dengan jarak antar kategori sebesar 0,8, diperoleh tingkat interval dengan hasil sebagaimana berikut ini:

Tabel 4.1 Nilai Skor dan Kategori

Nilai Skor	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Cukup
3,41 – 4,20	Tinggi

4,21 – 5,00

Sangat Tinggi

Berikut merupakan hasil yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap setiap indikator variabel:

4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel dilakukan dengan menganalisis data berdasar pada jawaban responden pada setiap indikator pengukuran variabel.

Hasil jawaban tersebut dipaparkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Jawaban					Jml Resp.	Skor	Rata - rata Skor	Nilai
		1	2	3	4	5				
Empati (X1)	Memahami kebutuhan spesifik pelanggan	0	3	12	60	25	100	407	4,07	Tinggi
	Memperlakukan pelanggan dengan ramah	0	2	8	46	44	100	432	4,32	Sangat Tinggi
	Mengutamakan kepentingan pelanggan	1	2	8	41	50	100	439	4,39	Sangat Tinggi
Rata - Rata Variabel Empati (X1)									4,26	Sangat Tinggi
Kepercayaan (X2)	Menjaga hubungan konsumen	0	2	7	62	29	100	418	4,18	Tinggi
	Menerima pengaruh konsumen	0	3	8	54	35	100	421	4,21	Sangat Tinggi

	Terbuka dalam komunikasi dan konsumen	0	0	8	36	56	100	448	4,48	Sangat Tinggi
	Mengurangi pengawasan konsumen	0	2	8	50	40	100	428	4,28	Sangat Tinggi
	Kesabaran Konsumen	0	2	5	40	53	100	444	4,44	Sangat Tinggi
	Memberikan Pembelaan konsumen	1	2	11	43	43	100	425	4,25	Sangat Tinggi
	Memberikan informasi yang positif konsumen	0	2	7	46	45	100	434	4,34	Sangat Tinggi
	Menerima risiko konsumen	0	3	9	41	47	100	432	4,32	Sangat Tinggi
	Kenyamanan konsumen	1	4	6	45	44	100	427	4,27	Sangat Tinggi
	Kepuasan konsumen	2	4	5	45	44	100	425	4,25	Sangat Tinggi
Rata - Rata Variabel Kepercayaan (X2)									4,30	Sangat Tinggi

Kepuasan Pelayanan (Y1)	Kesesuaian Harapan	2	3	11	46	38	100	415	4,15	Tinggi
	Minat Berkunjung Kembali	0	4	8	43	45	100	429	4,29	Sangat Tinggi
	Kesediaan merekomendasikan	1	2	4	43	50	100	439	4,39	Sangat Tinggi
Rata - Rata Variabel Kepuasan Pelayanan (Y1)									4,27	Sangat Tinggi

Sumber: data primer yang diolah, 25.

Dari table 4.2 di atas bisa dipaparkan sebagaimana berikut ini:

1. Indikator yang memiliki nilai rata rata skor yang paling besar dalam variabel Empati yaitu Mengutamakan kepentingan pelanggan yaitu sebesar 4,39. Dengan pernyataan “Dokter Halodoc memberikan rekomendasi berdasar pada kepentingan saya, bukan sekadar promosi produk/obat”. Sementara indikator yang mempunyai rata – rata skor paling kecil yakni Memahami kebutuhan spesifik pelanggan dengan jumlah 4,07. Dengan pernyataan “ Halodoc memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan kesehatan saya”. Rata-rata penilaian responden pada variabel Empati mencapai 4,26, yang tergolong dalam kategori sangat tinggi, menunjukkan bahwasanya Halodoc memiliki empati kepada pengguna untuk mereka yang membutuhkan layanan untuk kesehatan.
2. Indikator Kepercayaan memiliki nilai rata – rata skor yang paling besar

dalam variabel Kepercayaan adalah Terbuka dalam komunikasi dan



konsumen yaitu sebesar 4,39. Dengan pernyataan “Saya merasa diperhatikan oleh pihak Halodoc meskipun setelah transaksi selesai”. Sementara indikator yang mempunyai rata – rata yang paling rendah yaitu Menjaga hubungan konsumen dengan sekor sebesar 4,18. Dengan pernyataan “Halodoc menyampaikan informasi dengan jelas dan terbuka”. Hal tersebut membuktikan bahwasanya Halodoc terpercaya untuk mereka menyampaikan informasi yang jelas dan terbuka.

3. Indikator Pelayanan Pelanggan memiliki nilai rata – rata skor yang paling besar dalam variabel Kepercayaan adalah Kesiapan merekomendasikan yaitu sebesar 4,39. Dengan pernyataan “Saya bersedia merekomendasikan Halodoc kepada orang lain.”. Sementara indikator yang mempunyai rata – rata yang paling rendah yaitu Kesesuaian Harapan dengan skor sebesar 4,15. Dengan pernyataan “Kesesuaian Harapan”. Dengan pernyataan “Kualitas pelayanan Halodoc setara atau lebih baik dari ekspektasi saya”. Hal tersebut membuktikan bahwasanya Halodoc terpercaya untuk mereka menyampaikan informasi yang jelas dan terbuka.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk menilai sejauh mana instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Tujuannya adalah untuk memastikan apakah instrumen (kuesioner) yang disebarkan valid atau

tidak. Uji signifikansi ini dilakukan dengan dibandingkannya nilai r hitung dan r tabel. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel, maka pernyataan dianggap benar.

Pengujian signifikansi dilakukan dengan dibandingkannya nilai r hitung dan r tabel pada $df = n - 2$, di mana n adalah jumlah sampel. Pada studi ini, jumlah sampel (n) adalah 100 sehingga $df = 100 - 2 = 98$. Dengan df 98 dan tingkat signifikansi 0,05, diperoleh r tabel sebesar 0,165. Hasil uji validitas untuk setiap variabel dalam penelitian ini adalah sebagaimana berikut ini.

Tabel 4.3 Validitas Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Instrumen Penelitian	r hitung	r tabel	Keterangan
Empati	X1.1	0,614	0,165	Valid
	X1.2	0,706	0,165	Valid
	X1.3	0,584	0,165	Valid
Kepercayaan	X2.1	0,519	0,165	Valid
	X2.2	0,543	0,165	Valid
	X2.3	0,418	0,165	Valid
	X2.4	0,465	0,165	Valid
	X2.5	0,376	0,165	Valid
	X2.6	0,605	0,165	Valid
	X2.7	0,416	0,165	Valid
	X2.8	0,633	0,165	Valid
	X2.9	0,475	0,165	Valid
	X2.10	0,521	0,165	Valid

Kepuasan Pelayanan	Y1.1	0,788	0,165	Valid
	Y1.2	0,710	0,165	Valid
	Y1.3	0,731	0,165	Valid

Sumber; data yang diolah, 2025

Berdasar pada tabel 4.3, seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu Kepercayaan, Citra Merek, dan Loyalitas, dinyatakan valid karena hasil uji validitas menunjukkan bahwasanya nilai r hitung lebih besar daripada r tabel.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diperuntukkan guna menilai konsistensi suatu kuesioner dalam mengukur stabilitasnya ketika digunakan berulang kali. Instrumen yang reliabel akan memberikan data yang sama apabila digunakan berkali-kali untuk mengukur objek yang sama. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pernyataan bersifat konsisten dari masa ke masa. Oleh karena itu, pengujian reliabilitas pada instrumen penelitian ini menggunakan kriteria Cronbach Alpha $> 0,60$, hasil uji reliabilitas pada studi ini disajikan sebagaimana berikut ini:

Tabel 4.4 Realibilitas Variabel

<i>Cronbach's</i>		
Variabel	<i>Alpha</i>	Keterangan
Empati	0.669	Reliabel

Kepercayaan	0,663	Reliabel
Kepuasan		

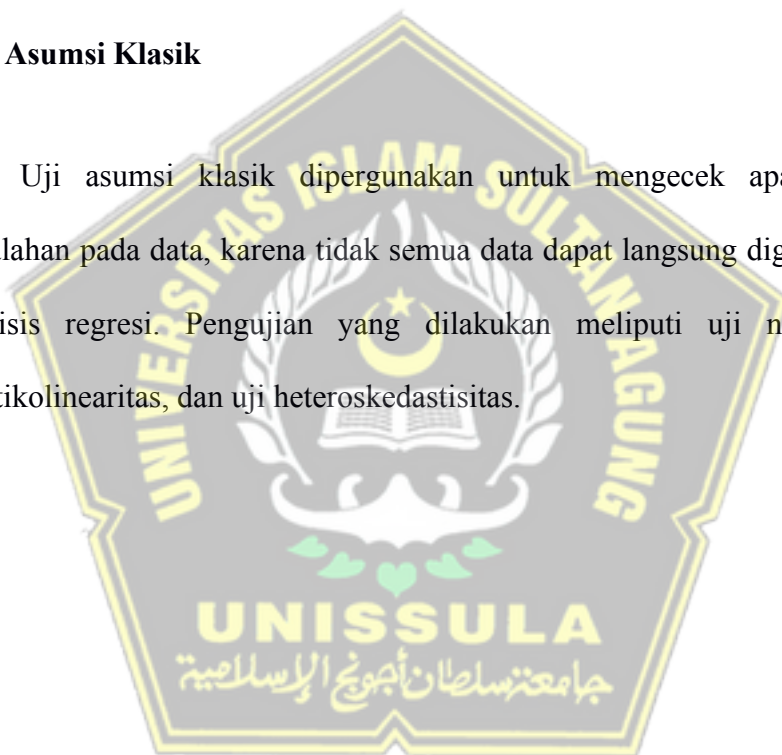
Pelayanan	0,595	Reliabel
-----------	-------	----------

Sumber: data yang diolah, 2025

Berdasar pada hasil uji reliabilitas pada tabel 4.4, dapat disimpulkan bahwasanya variabel Kepercayaan, Citra Merek, dan Loyalitas dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6.

4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dipergunakan untuk mengecek apakah terdapat kesalahan pada data, karena tidak semua data dapat langsung digunakan dalam analisis regresi. Pengujian yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.



4.4.1 Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk memastikan apakah data memiliki distribusi normal. Analisis parametrik, termasuk regresi linear, mensyaratkan bahwasanya data harus mengikuti distribusi normal (Priyatno, 2010).

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas	Nilai	
	Signifikan	Standar
Model 1	0,009	0,05
Model 2	0,207	0,05

Sumber: data yang diolah, 2025

Kriteria penentuan keputusan pada uji normalitas adalah sebagaimana berikut ini:

1. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$, sehingga residual dianggap berdistribusi normal
2. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$, sehingga residual dianggap tidak berdistribusi normal

Hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov pada SPSS menunjukkan nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,000, yang berarti $\text{sig} < 0,05$ sehingga model regresi tidak berdistribusi normal. Namun, karena jumlah sampel melebihi 30 (>30), data dianggap memiliki distribusi normal. Hal ini sejalan dengan pendapat Gujarati (2015) yang mengacu pada Central Limit Theorem (CLT), bahwasanya data dengan jumlah sampel lebih dari 30 dianggap berdistribusi normal. Uji normalitas pada dasarnya lebih relevan

untuk data dengan sampel kecil, sedangkan data dengan sampel besar secara umum dianggap normal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperuntukkan guna melihat ada atau pula tidaknya hubungan antarvariabel independen pada model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak menunjukkan adanya korelasi antarvariabel independen. Berikut disajikan hasil uji multikolinearitas yang dilakukan dalam studi ini:

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Variabel Independen	Variabel Dependen	Collinearity Statistic Tolerance	Statistic VIF
Pers.Reg.	1.Empati	Kepuasan	0,992	1,008
	2. Kepercayaan	Pelayanan	0,992	1,008

Sumber: data yang diolah, 2025

Berdasar pada tabel 4.6 hasil uji multikolinearitas, dapat disimpulkan bahwasanya model regresi tergolong baik karena tidak terdapat hubungan atau korelasi antarvariabel independen, dengan demikian, tidak terjadi multikolinearitas karena nilai VIF berada di bawah 10,00 dan nilai Tolerance melebihi 0,10.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diperuntukkan guna mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya pada model regresi. Berikut merupakan hasil uji dari heteroskedastisitas pada studi ini:



Tabel 4.7 Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Variabel Independen	Variabel Dependen	Sig.	Keterangan
Pers.Reg.	1.Empati		0,808	Tidak terjadi
	2.Kepercayaan	RES 1	0,507	Heteroskedastisitas

Sumber: data yang diolah, 2025.

Berdasar pada hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Spearman Rho, setiap variabel memiliki nilai sig > 0,05, yang berarti pada pengujian model regresi 1 dan 2 tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.5 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah pengembangan dari regresi sederhana yang digunakan guna membangun hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan meliputi Kepercayaan, Citra Merek, dan Loyalitas. Adapun hasil dari analisis regresi linear berganda yaitu sebagaimana berikut ini:

Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi

Variabel Independen	Variabel Dependen	Koefisien	T hitung	Sig	Keterangan
Empati		0,186	2,087	0,039	Ha diterima
	Kepuasan			0.000	Ha diterima
Kepercayaan	Pelayanan	0,435	4,886		

Sumber: data yang diolah, 2025

Dari Tabel 4.8 diatas, persamaan regresi linearnya yang didapat yaitu:

$$\text{Persamaan : } Y_1 = 0,186X_1 + 0,435X_2$$

Persamaan regresi yakni Empati (X1) dan Kepercayaan (X2) bernilai positif dan nilai koefisien regresi sebesar 0,186 (X1) dan 0,435 (X2). Artinya



Empati dan kepercayaan mempunyai pengaruh positif pada Kepuasan Pelayanan (Y1). Jika Kepuasan Pelayanan mempunyai empati yang besar maka bakal menimbulkan keterikatan pada kepercayaan pada aplikasi Halodoc.

4.6 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada studi ini didasarkan pada nilai yang tercantum dalam output *result for inner weight*. Estimasi hasil untuk pengujian model struktural dipaparkan pada tabel berikut:

4.6.1 Uji t

Uji t diperuntukkan guna menilai sejauh mana dampak tiap variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Pengujian t dilakukan dengan bandingkannya t hitung terhadap t tabel atau menggunakan nilai signifikansi t. Berikut adalah hasil uji t pada model penelitian ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji T

Pengaruh antar variabel	t hitung	t tabel	Sig.t	Keterangan
<i>Empati</i> konsumen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>Kepuasan Pelayanan</i>	2,087	1,984	0,039	H1 diterima
<i>Kepercayaan</i> konsumen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>Kepuasan Pelayanan</i>	4,886	1,984	0,000	H2 diterima

Sumber: data yang diolah, 2025.

A. Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Pelayanan

Hasil pengujian antara variabel Empati dan Kepuasan Pelayanan menunjukkan nilai t hitung sebesar $2,087 > 1,984$ serta nilai signifikansi $0,039 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwasanya Empati berpengaruh positif serta signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan dapat diterima.

B. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelayanan

Pengujian antara variabel Kepercayaan dan Kepuasan Pelayanan menghasilkan nilai t hitung $4,886 > 1,984$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwasanya hipotesis yang menyatakan bahwasanyasanya kepercayaan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan dapat diterima.

4.6.2 Uji F

Uji F diperuntukkan guna mengetahui ada ataupun tidaknya pengaruh simultan atau secara bersamaan dari variabel independen kepada variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan signifikansi nilai F hitung dan F tabel. Adapun hasil Uji F dalam penelitian ini yaitu sebagaimana berikut ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	76.202	2	38.101	15.152	.000 ^b
	Residual	243.908	97	2.515		
	Total	320.110	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELAYANAN

b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, EMPATI

Berdasar pada Tabel 4.10, uji F pada model regresi kedua menunjukkan nilai F sebesar 15,152 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwasanyasanya model regresi dalam penelitian ini layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen (X) secara bersamaan memengaruhi variabel dependen (Y). Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi pada studi ini:

Tabel 4.13

Model	R	R Square	Adjusted R Square
Model Regresi			
Kepercayaan	0,488	0,238	0,222
Citra Merek			

Sumber: data yang diolah, 2025.

Berdasar pada Tabel 4.11, nilai R^2 dari persamaan regresi adalah 0,238 atau 23,8%. Ini menegaskan bahwasanyasanya variabel Empati dan Kepercayaan menjelaskan 23,8% variasi dalam Kepuasan Pelayanan, sedangkan 76,2%

sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.



4.8 Pembahasan

4.8.1 Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Pelayanan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwasanya Empati memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelayanan. Arah hubungan yang positif mengindikasikan bahwasanya semakin tinggi tingkat Empati suatu perusahaan, semakin meningkat pula Kepuasan Pelayanan pengguna. Salah satu indikator terkuat dari Empati adalah prioritas terhadap kepentingan pelanggan. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwasanya Empati berpengaruh positif serta signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan diterima. Hal ini menunjukkan bahwasanya Halodoc menyadari pentingnya memberikan prioritas pada kepentingan pelayanan bagi penggunanya.

4.8.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelayanan

Hasil uji hipotesis menegaskan bahwasanyasanya Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelayanan. Dengan didukung salah satu indikator yang terkuat dari Empati adalah “Mengutamakan kepentingan pelanggan”. Dengan begitu, hipotesis kedua yang mengatakan bahwasanya Empati memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan dapat diterima. Maka Halodoc memiliki kesadaran bahwasanya pengguna memiliki peran dalam mementingkan kepentingan pelayanan yang baik dan nyaman.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasar pada penelitian maupun pembahasan mengenai pengaruh Empati dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelayanan pada aplikasi Halodoc di Kota Semarang, dapat ditarik kesimpulan sebagaimana berikut ini.

1. Empati memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan. Dengan begitu, hipotesis yang mengatakan bahwasanyasanya Empati memengaruhi Kepuasan Pelayanan diterima. Hal ini menegaskan bahwasanya guna meningkatkan Kepuasan Pelayanan pengguna Halodoc, perlu adanya peningkatan Empati. Dengan demikian, hipotesis mengenai hubungan Empati terhadap Kepuasan Pelayanan didukung oleh hasil penelitian.
2. Kepercayaan memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan. Dengan begitu, hipotesis yang mengatakan bahwasanyasanya Kepercayaan memengaruhi Kepuasan Pelayanan diterima. Hal ini menegaskan bahwasanyasanya guna meningkatkan Kepuasan Pelayanan pengguna Halodoc, perlu adanya peningkatan Kepercayaan. Oleh karena itu, hipotesis mengenai hubungan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelayanan didukung oleh hasil penelitian.

5.2 Saran

Berdasar pada kesimpulan yang telah disampaikan, berikut beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat meningkatkan Kepuasan Pelayanan.

Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagaimana berikut ini:



Terkait variabel Empati, dengan nilai rata-rata terendah pada indikator "Memahami kebutuhan spesifik pelanggan", diharapkan Halodoc dapat memberikan dampak positif bagi pengguna. Halodoc sebaiknya menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan spesifik dalam bertransaksi atau berbisnis, sehingga dapat meminimalkan keluhan pengguna dan meningkatkan efektivitas layanan. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan fitur pengaduan layanan di Halodoc yang sesuai dengan syarat maupun juga ketentuan yang berlaku.

1. Berkaitan dengan variabel kepercayaan yaitu nilai indikator dengan rata – rata terendah yaitu “Menjaga hubungan konsumen”. Diharap Halodoc dapat Memberikan dampak positif dalam menjaga hubungan positif terhadap konsumen pengguna Halodoc. Dengan Memberikan kepercayaan dalam menjaga hubungan antara konsultan dan pengguna Halodoc maka akan bisa menjadikan Kepercayaan dengan hubungan yang erat.
2. Berkaitan dengan variabel Kepuasan Pelayanan yaitu nilai indikator dengan rata – rata terendah yaitu “Kesesuaian Harapan.”. Diharap Halodoc dapat Memberikan dampak positif dalam Memberikan harapan positif terhadap konsumen pengguna Halodoc. Dengan harapan yang sesuai dalam Memberikan kepuasan pelayanan, maka harapan yang diberikan oleh aplikasi Halodoc sangat berarti.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Tidak dapat dipungkiri bahwasanya penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan

yang muncul selama proses penelitian. Keterbatasan tersebut sebaiknya menjadi pertimbangan bagi peneliti untuk penelitian selanjutnya. Adapun pula keterbatasan yang ditemukan dalam studi ini yaitu sebagaimana berikut:

1. Mayoritas responden adalah pengguna aplikasi Halodoc dengan durasi kurang dari 1 tahun. Selain itu, jumlah responden yang hanya 100 orang belum mencakup seluruh konsumen atau pengguna aplikasi Halodoc secara maksimal.
2. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga peneliti perlu memastikan bahwasanya pengisian dilakukan oleh pengguna aktif Halodoc.

5.4 Agenda Penelitian Mendatang

Dengan memperhatikan keterbatasan yang muncul, disarankan untuk merencanakan agenda penelitian ke depan dengan mempertimbangkan beberapa hal berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya agar lebih komprehensif, disarankan menambahkan variabel lain. Hal ini sejalan dengan penelitian Saputra & Dewi (2022) mengenai Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Platform Telemedicine Halodoc Tahun 2022.
2. Pada penelitian selanjutnya, pengumpulan data sebaiknya dilengkapi dengan metode wawancara untuk memastikan keakuratan dan keabsahan data yang diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, R. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan layanan kesehatan digital di Indonesia. *Jurnal Manajemen Kesehatan*, 15(2), 125- 136.
- Ardian, R. (2019). Analisis uji normalitas dalam regresi linier berganda. *Jurnal Ekonomi dan Statistik*, 12(3), 45-53.
- Bahadur, W., Khan, A. N., Ali, A., & Usman, M. (2020). Investigating the effect of employee empathy on service loyalty: The mediating role of trust in and satisfaction with a service employee. *Journal of Service Research*, 23(3), 300-312.
- Bergström, A., Johansson, M., & Nilsson, H. (2021). Telemedicine services: Factors influencing consumer behavior and service adoption. *Journal of Digital Health*, 35(1), 77-91.
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Eksandy, M., & Hakim, L. (2017). Analisis autokorelasi dan uji normalitas dalam model regresi linier. *Jurnal Statistik dan Metode Analisis*, 9(4), 323-334.
- Fitriani Latief. Abdul Malik, dan M. A. (2023). Economics and Digital Business Review Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Volume 4 Issue 2 (2023) Pages 334 - 348 Economics and Digital Business Review ISSN : 2774-2563 (Online)*, 4(2), 334-348.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Gupta, S., & Singh, R. (2020). Purposive sampling in research: Its importance in health studies. *Journal of Social Science Research*, 13(2), 68-74.

- Halodoc. (2021). Lima Tahun Berinovasi, Halodoc Terus Fokus Jawab Tantangan Kesehatan di Indonesia. Diakses dari <https://www.halodoc.com/media/lima-tahun-berinovasi-halodoc-terus-fokus-jawab-tantangan-kesehatan-di-indonesia>
- Hasan, M., Ahmed, S., & Rahman, M. (2021). Perceived service quality and customer satisfaction in the telemedicine industry: A case study. *Journal of Telemedicine and Telecare*, 27(4), 240-249.
- Hasan, M., Ahmed, S., & Rahman, M. (2021). Service quality and patient satisfaction in telemedicine. *International Journal of Health Services*, 51(2), 140-151.
- Husnul maulida salsabila, 2024. (n.d.). *pengaruh E- Service Quality dan Sales Promotion terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction pengguna Halodoc*.
- Kaur, S., & Sharma, R. (2023). Quantitative research methods in the digital health industry. *International Journal of Telemedicine*, 28(3), 100-115.
- Khan, M., Rana, A., & Ahmad, S. (2023). Perceptions of consumers toward digital health services: A quantitative approach. *Journal of Digital Health Innovation*, 4(1), 42-56.
- Kurniawan, S., Widodo, M., & Susanto, R. (2020). The impact of service quality on patient satisfaction in digital health services. *International Journal of Health Services*, 50(3), 267-278.
- Kurniawan, S., Widodo, M., & Sari, A. (2021). Telemedicine service quality and its effect on patient loyalty. *Journal of Medical Internet Research*, 23(4), e22201.
- Kumar, A., Yadav, P., & Bhatt, R. (2020). Communication quality and satisfaction in telemedicine services: An exploratory study. *Health Communication Research*, 45(2), 192-205.

- Kumar, R., & Rathi, S. (2022). Measuring consumer perceptions using Likert scale in healthcare surveys. *International Journal of Health Studies*, 18(2), 110- 118.
- Lee, D. S., Hwang, S. J., & Park, Y. H. (2020). Perceived empathy and patient satisfaction in telemedicine consultations. *Telemedicine and e-Health*, 26(11), 1311-1317.
- Lee, D. S., Hwang, S. J., & Park, Y. H. (2020). The role of empathy in telemedicine and its influence on patient experience. *Telemedicine and e-Health*, 26(11), 1311-1317.
- Lestari, S., & Tan, W. T. (2021). The impact of professionalism in telemedicine on patient trust and satisfaction. *International Journal of Digital Health*, 19(3), 249-256.
- Mardiana, M., & Sari, D. (2020). The impact of service speed and diagnosis accuracy on telemedicine service quality. *Telemedicine Journal and e- Health*, 26(5), 310-320.
- Ningsih, S., & Ginting, A. (2020). Trust in digital health platforms and its effect on patient satisfaction. *Journal of Telemedicine and Telecare*, 26(8), 550-559.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4), 33- 44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple- item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pramono, T. (2014). Uji heteroskedastisitas dalam model regresi linier. *Jurnal Ekonometrika*, 7(2), 150-165.
- Purnomo, P., Santosa, E., & Pratama, A. (2021). The influence of responsiveness and reliability on telemedicine service quality. *Journal of Health Informatics Research*, 29(2), 194-206.

- Putri, D., & Purnama, R. (2020). The role of empathy in telemedicine consultations and its effect on patient satisfaction. *Journal of Digital Health*, 17(1), 101- 110.
- Putra, A. W., & Arief, S. (2020). Patient satisfaction in telemedicine: The role of communication quality and trust. *Health Communication Research*, 43(3), 215-225.
- Purbasari, R., Santosa, E., & Sari, D. (2021). The effect of access, response time, and transparency on patient satisfaction in telemedicine platforms. *Journal of Digital Health*, 22(5), 345-358.
- Rahman, T., Alam, M., & Aziz, S. (2022). Empathy in telemedicine: A predictor of patient satisfaction. *Telemedicine and Health Systems*, 38(6), 417-429.
- Saleh, M., & Utomo, B. (2018). Analisis regresi linear berganda dalam penelitian sosial ekonomi. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 19(1), 23-35.
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Fitriani Latief. Abdul Malik, dan M. A. (2023). Economics and Digital Business Review Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Volume 4 Issue 2 (2023) Pages 334 - 348 Economics and Digital Business Review ISSN : 2774-2563 (Online)*, 4(2), 334-348.
- Husnul Maulida Salsabila, 2024. (n.d.). *pengaruh E- Service Quality dan Sales Promotion terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction pengguna Halodoc*.
- Saputra, D. A., & Dewi, R. K. (2022). Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Platform Telemedicine Halodoc Tahun 2022. *Jurnal Rekam Medis & Manajemen Infomasi Kesehatan*, 2(2), 1-16. <https://doi.org/10.53416/jurmik.v2i2.103>
- Sibarani, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding*, 3(4), 10-17. <https://doi.org/10.59134/prosidng.v3i.288>

- Statista. (2023). *Monthly downloads of the Halodoc app in Indonesia from 2021 to 2023*.
<https://www.statista.com/statistics/1489737/indonesia-halodoc-app-monthly-downloads/>
- Setiawati, R., & Haryanto, S. (2021). Empathy and effective communication in telemedicine services: A study on patient experience. *Journal of Telemedicine and Telehealth*, 27(2), 100-108.
- Singh, R., et al. (2022). Empathy Barriers in Telemedicine: Understanding Patient Experiences. *Telehealth Journal of Human Interaction*.
- Statista. (2023). *Monthly downloads of the Halodoc app in Indonesia from 2021 to 2023*.
 Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/1489737/indonesia-halodoc-app-monthly-downloads/>
- Suryani, A., & Dewi, P. (2020). The relationship between service quality and patient loyalty in telemedicine. *Journal of Telemedicine*, 35(2), 85-97.
- Tan, L. L., Tan, W. T., & Ong, M. (2022). Trust, transparency, and patient loyalty in telemedicine services. *International Journal of Medical Informatics*, 145, 104356.
- Tanjung, H., & Sulistyowati, L. (2020). The impact of access and response time on patient satisfaction in telemedicine. *International Journal of Medical Informatics*, 135, 104030.
- Wang, J., Chen, R., & Xu, Y. (2022). Trust and satisfaction in e-health: Examining the mediating role of perceived quality. *Journal of Telemedicine and Telecare*, 28(3), 185-193.
- Wahyudi, D., Santoso, P., & Irwanto, D. (2020). The effect of previous healthcare experience on digital health platform satisfaction. *Journal of Healthcare Management*, 65(5), 309-320.
- Wijayanti, D., & Hermawan, A. (2021). The influence of transparency on trust in digital health platforms. *Journal of Digital Health*, 20(4), 280-288.

Wu, L., et al. (2021). Challenges in Building Trust in Telemedicine Services: A Patient Perspective. *Journal of Digital Health Challenges*.

Yulianti et al. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien pada Layanan Telemedicine.

Zhang, X., Liu, Y., & Wang, Z. (2021). Building trust in digital health platforms: The role of transparency and professionalism. *Journal of Medical Internet Research*, 23(3).

