

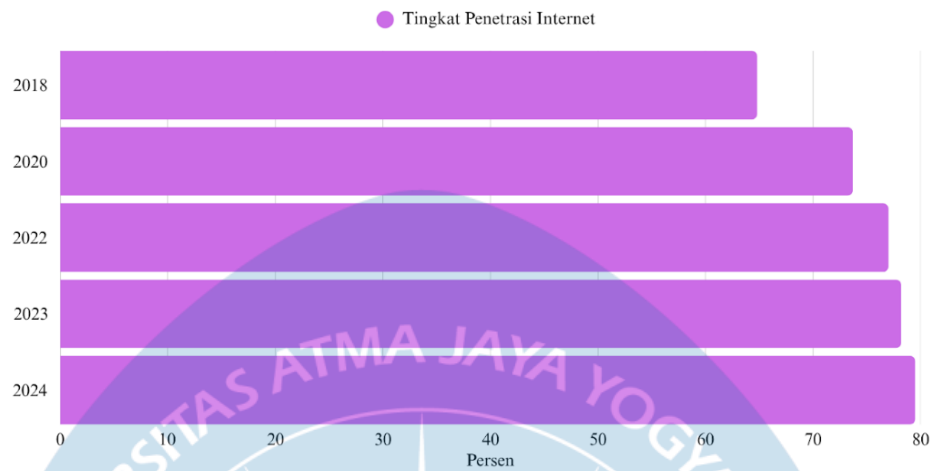
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi terus berlangsung dengan sangat cepat, dibuktikan dari perkembangan internet yang setiap hari menunjukkan perubahan. Hal ini tercermin dengan terus berkembangnya teknologi dalam segi kecepatan, jangkauan, maupun inovasi dari layanannya. Menurut Kuska et al. (2024), internet adalah rangkaian komputer yang menghubungkan jaringan satu dan jaringan yang lain secara global. Peran internet telah melekat dalam kehidupan manusia sehari-hari karena telah memberikan kemudahan dalam mengakses informasi, berkomunikasi, maupun melakukan berbagai aktivitas ekonomi dan sosial. Perkembangan internet berdampak pada terjadinya perubahan digital. Kemudian, perubahan digital menuntut perubahan informasi dan komunikasi yang serba cepat. Perubahan digital ini terbukti dari semakin meningkatnya pemanfaatan internet di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024), ada 221 juta lebih penduduk Indonesia menggunakan internet atau setara dengan 79,5%. Jika dilihat dari tahun sebelumnya, maka terlihat ada kenaikan penggunaan internet sebesar 1,4% seperti pada gambar di bawah ini.

Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia 2024



Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia

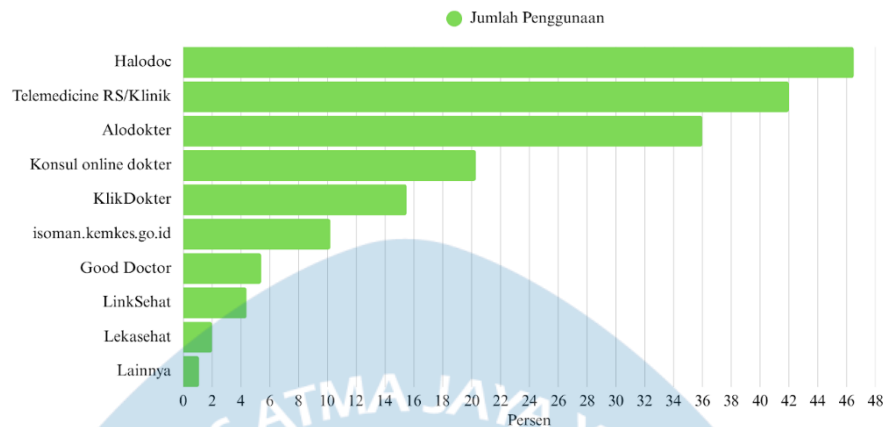
Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2024)

Pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia membawa efek tidak langsung yaitu menuntut sebuah bisnis untuk cepat beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi. Perubahan ini berdampak pada sebuah bisnis untuk membuat suatu produk atau layanan yang membuat konsumen kembali lagi untuk menggunakan produk atau layanan dari bisnis tersebut. Sebuah bisnis dapat dikatakan sukses bila bisnis tersebut mampu meningkatkan kepuasan konsumen dan mampu untuk membuat konsumen untuk tetap setia atau loyal terhadap produk atau layanan yang ditawarkan dari sebuah bisnis tersebut (Pratama et al., 2024). Menurut Oktaviali et al. (2024), kehadiran internet telah membuka inovasi dan peluang baru untuk sebuah bisnis yang tanpa batas. Jaringan internet membuat seorang pelaku bisnis dapat menjangkau konsumen lebih luas. Selain itu, sebuah bisnis dapat menghemat biaya operasional dengan hadirnya internet. Begitu juga dengan munculnya cara

hidup baru di kalangan pengguna internet akibat adanya kehadiran internet (Cahyani dan Marcelino, 2023). Aktivitas seperti bekerja, berbelanja, maupun berinteraksi sosial dapat dipengaruhi dengan perkembangan internet yang semakin pesat. Fenomena ini menunjukkan bahwa kehadiran internet bukan hanya sebagai alat, namun juga membentuk sebuah budaya baru.

Tidak hanya perubahan cara hidup yang terjadi di masyarakat, namun dalam sektor kesehatan juga mengalami perubahan. Sektor kesehatan sendiri turut mengalami perubahan dari konvensional menjadi digital. Halodoc hadir sebagai salah satu layanan *telemedicine* di Indonesia. Menurut Assidiq et al. (2022), *telemedicine* adalah sebuah produk kesehatan yang dapat melayani pasien atau masyarakat secara jarak jauh. Di Indonesia, layanan *telemedicine* ini semakin diminati karena masyarakat mendapatkan kemudahan terhadap layanan kesehatan dengan tujuan agar masyarakat tidak perlu keluar dari rumah jika mengalami keluhan medis. Masyarakat dapat berkonsultasi dengan dokter tanpa perlu bertatap muka secara langsung. Perubahan digital ini membuktikan bahwa terjadi tren yang positif dalam kemajuan transformasi digital di Indonesia.

Jumlah Penggunaan Layanan Telemedicine di Indonesia 2022



Gambar 1.2 Data Pengguna Layanan *Telemedicine* di Indonesia

Sumber: Databoks (2022)

Berdasarkan data pada gambar 1.2, Halodoc tercatat sebagai layanan *telemedicine* yang menempati urutan pertama dengan tingkat pemanfaatan mencapai 46,5%. Layanan *telemedicine* yang dijalankan oleh rumah sakit atau klinik digunakan dengan tingkat pemanfaatan mencapai 41,8%. Alodokter menempati peringkat ketiga dengan tingkat pemanfaatan mencapai 35,7%. Sebanyak 20,3% masyarakat lebih memilih melakukan konsultasi *online* langsung dengan dokter. Setiap layanan *telemedicine* menawarkan berbagai fitur untuk memudahkan pengguna dalam mengatasi masalah yang dialami. Kesimpulannya, Halodoc menjadi layanan *telemedicine* dengan pengguna terbanyak di Indonesia dibanding layanan *telemedicine* yang lain. Layanan kesehatan digital dari aplikasi Halodoc mempunyai beberapa jenis layanan seperti chat dengan dokter, pembelian berbagai kebutuhan obat, produk kesehatan, dan alat medis, homecare (seperti tes lab, vaksin, vitamin booster, dokter datang ke rumah), asuransi kesehatan, haloskin (konsultasi mengenai permasalahan kulit), dan halofit (konsultasi mengenai

metabolik dan nutrisi). Berbagai layanan yang disediakan Halodoc menjawab berbagai kebutuhan maupun permasalahan kesehatan yang dialami masyarakat Indonesia secara cepat dan efisien.

Kesehatan menjadi suatu faktor yang penting bagi suatu negara karena berdampak pada kualitas hidup masyarakat suatu negara (Elungan et al., 2025). Masyarakat yang sehat tentu akan memiliki kemampuan lebih baik saat beraktivitas dan saat bekerja. Sebaliknya, bila masyarakat memiliki tingkat kesehatan yang rendah, maka akan berdampak pada meningkatkan angka kemiskinan serta menurunnya produktivitas masyarakat. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (2024), Indonesia mempunyai penduduk sebanyak 281 juta jiwa yang tersebar di berbagai wilayah. Kondisi ini menuntut untuk adanya sistem pelayanan kesehatan yang kuat, merata, dan mudah diakses oleh seluruh masyarakat Indonesia. Kemudahan dalam akses terhadap layanan kesehatan menjadi salah satu faktor untuk mewujudkan masyarakat yang sehat dan produktif. Kesiapan dan peran tim tenaga medis juga dibutuhkan untuk memberi layanan kesehatan yang baik kepada seluruh masyarakat Indonesia.

Kualitas layanan elektronik menjadi fondasi dasar menentukan kesuksesan sebuah platform layanan *telemedicine*. Menurut Qatawneh et al. (2024), kualitas layanan elektronik merupakan tindakan, usaha, atau kinerja dari sebuah teknologi informasi. Kualitas layanan elektronik merujuk pada penilaian yang diberikan konsumen berdasarkan pada keunggulan layanan yang disediakan oleh sebuah layanan (Kumbara et al., 2023). Keberhasilan platform Halodoc ditentukan dari berbagai aspek kualitas layanan elektronik seperti keandalan, daya tanggap,

keamanan, dan kenyamanan. Keandalan merujuk pada kemampuan aplikasi Halodoc untuk memberikan informasi akurat yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Aspek daya tanggap merujuk pada kemampuan aplikasi Halodoc untuk mengatasi masalah yang dialami pengguna secara cepat dan tepat. Aspek keamanan merujuk pada perlindungan yang diberikan aplikasi Halodoc dalam melindungi data dan informasi pengguna. Menurut Ashiq dan Hussain (2024), keamanan data dan informasi pengguna menjadi alasan penting sebuah platform untuk menjaga dan menghormati privasi pengguna dari aplikasi tersebut. Aspek terakhir, yaitu kenyamanan merujuk pada kemudahan dan fleksibilitas yang diberikan aplikasi Halodoc bagi pengguna ketika menggunakan aplikasi tersebut.

Kepercayaan elektronik menjadi sebuah faktor penting ketika memakai sebuah layanan elektronik. Kepercayaan merujuk pada sebuah anggapan bahwa pihak penyedia layanan dapat dipercaya dan pengguna aplikasi wajib melakukan kewajibannya (Rachmawati dan Syafarudin, 2022). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Florence dan Aprillia (2025), kepercayaan elektronik adalah sebuah kredibilitas yang menjadi faktor yang penting yang memengaruhi komitmen jangka panjang dari seorang konsumen. Kepercayaan elektronik dalam aplikasi Halodoc menjadi hal yang krusial karena berkaitan dengan keselamatan dan kenyamanan pengguna. Menurut Asnaniyah (2022), kepercayaan elektronik adalah sebuah kombinasi antara integritas, kebijakan, serta kepercayaan yang memberikan peningkatan pada niat beli seorang konsumen. Kepercayaan pengguna aplikasi Halodoc terhadap keamanan data dan informasi yang diberikan dalam aplikasi

tersebut akan sangat berpengaruh dalam menentukan pengambilan keputusan pengguna dalam menggunakan aplikasi Halodoc.

Kepuasan elektronik berkaitan dengan rasa puas yang didapatkan pengguna ketika menggunakan aplikasi Halodoc. Menurut Atha et al. (2022), kepuasan pelanggan diukur melalui indikator yaitu kesesuaian antara harapan, emosi, dan harga. Aplikasi Halodoc merupakan sebuah layanan yang sepenuhnya berbasis digital. Kualitas layanan elektronik pada aplikasi Halodoc akan sangat memengaruhi persepsi maupun kepuasan pengguna. Kepuasan elektronik dapat menjadi suatu penilaian dalam setiap transaksi yang dilakukan oleh pengguna (Chmeis dan Zaiter, 2024). Kepuasan elektronik dapat menjadi tolak ukur dalam menilai sebuah kualitas layanan elektronik.

Loyalitas elektronik menjadi salah satu hal yang diharapkan dari penyedia layanan elektronik. Loyalitas elektronik merupakan komitmen seorang konsumen untuk tetap dan menggunakan sebuah produk atau merek secara berkelanjutan (Setiani dan Aryanto, 2025). Penelitian oleh Salwa et al. (2022) mengatakan bahwa loyalitas elektronik adalah sebuah komitmen pengguna untuk kembali mengunjungi atau berbelanja situs web dari sebuah perusahaan. Pengguna yang menggunakan aplikasi Halodoc secara berulang akan menentukan kesuksesan aplikasi Halodoc sendiri. Loyalitas elektronik dapat berdampak untuk menguatkan posisi aplikasi Halodoc ditengah persaingan aplikasi yang menawarkan layanan serupa. Tidak hanya itu, loyalitas elektronik dapat berdampak pada keuntungan jangka panjang bagi aplikasi Halodoc.

Berbagai penelitian telah menguji peran kualitas layanan berbasis elektronik serta tingkat kepercayaan elektronik dalam memengaruhi kepuasan maupun loyalitas elektronik konsumen telah banyak dilakukan dengan objek penelitian yang berbeda. Misalnya, Ashiq dan Hussain (2024) melakukan penelitian dalam konteks situs web *e-commerce* di Pakistan dan mengemukakan bahwa kualitas layanan elektronik dan kepercayaan elektronik yang dimiliki konsumen mempunyai hubungan yang signifikan dan positif terhadap loyalitas elektronik pelanggan, tetapi tidak dengan kepuasan elektronik. Hal ini membuktikan bahwa perilaku belanja *online* sebagian besar dipengaruhi oleh preferensi konsumen untuk loyalitas terhadap suatu platform dibandingkan kepuasan terhadap platform tersebut. Selanjutnya, menurut penelitian dari Rahmawaty et al. (2021) dalam konteks aplikasi dompet digital yaitu Gopay di Kota Bandung, hasilnya membuktikan bahwa variabel kepercayaan elektronik tidak berpengaruh terhadap loyalitas elektronik dari konsumen Gopay. Kasfunnuri et al. (2025) melakukan penelitian serupa pada konsumen Codashop yang berada di Kota Malang dan menemukan bahwa kepuasan elektronik memediasi pengaruh kualitas layanan elektronik serta kepercayaan elektronik pada loyalitas elektronik. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa konsumen merasa Codashop memiliki kualitas layanan elektronik yang berkualitas, dapat dipercaya, memuaskan, sehingga membuat konsumen menjadi setia menggunakan layanan Codashop. Selain penelitian yang dilakukan di Indonesia, hasil dari penelitian yang dilakukan Qatawneh et al. (2024) pada konteks layanan pemerintahan elektronik di Yordania menyatakan bahwa

kepuasan elektronik memiliki pengaruh sebagai mediasi terhadap kualitas layanan elektronik dan loyalitas elektronik.

Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian di atas, menunjukkan terdapat ketidakkonsistenan pada hasil penelitian. Hal ini dikarenakan konteks objek penelitian yang berbeda dan dilakukan pada basis konsumen yang berbeda. Maka penelitian ini dilakukan untuk membahas lebih lanjut mengenai pengaruh kepuasan elektronik sebagai variabel mediasi dalam pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan elektronik terhadap loyalitas elektronik pada konsumen Halodoc. Objek penelitian dan tempat penelitian dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini memiliki objek penelitian yang berfokus pada pengguna aplikasi Halodoc dan tempat penelitiannya berada di Indonesia. Pada konteks aplikasi Halodoc, pemahaman mengenai variabel kepuasan elektronik sebagai variabel mediasi yang memengaruhi kualitas layanan elektronik dan kepercayaan elektronik terhadap loyalitas elektronik konsumen menjadi aspek yang penting. Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, penelitian ini memiliki tujuan untuk meneliti dampak kepuasan elektronik sebagai mediator yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan kualitas layanan elektronik serta kepercayaan elektronik terhadap loyalitas elektronik konsumen Halodoc.

1.2. Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap kepuasan elektronik?

2. Apakah kepercayaan elektronik berpengaruh terhadap kepuasan elektronik?
3. Apakah kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap loyalitas elektronik?
4. Apakah kepercayaan elektronik berpengaruh terhadap loyalitas elektronik?
5. Apakah kepuasan elektronik berpengaruh terhadap loyalitas elektronik?
6. Apakah kepuasan elektronik memediasi pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas elektronik?
7. Apakah kepuasan elektronik memediasi pengaruh kepercayaan elektronik terhadap loyalitas elektronik?

1.3. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan elektronik pada konsumen Halodoc.
2. Menganalisis pengaruh kepercayaan elektronik terhadap kepuasan elektronik pelanggan pada konsumen Halodoc.
3. Menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas elektronik pada konsumen Halodoc.
4. Menganalisis pengaruh kepercayaan elektronik terhadap loyalitas elektronik pada konsumen Halodoc.
5. Menganalisis pengaruh kepuasan elektronik terhadap loyalitas elektronik pada konsumen Halodoc.
6. Menganalisis pengaruh mediasi kepuasan elektronik pada kualitas layanan elektronik dan loyalitas elektronik pada konsumen Halodoc.

7. Menganalisis pengaruh mediasi kepuasan elektronik pada kepercayaan elektronik dan loyalitas elektronik pada konsumen Halodoc.

1.4. Manfaat

Penelitian ini menghasilkan dua manfaat utama, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan wawasan akademik mengenai hubungan antara kualitas layanan elektronik, kepercayaan elektronik, kepuasan elektronik, dan loyalitas elektronik pada konsumen Halodoc.
 - b. Memperkuat teori yang berkaitan dengan kualitas layanan dalam konteks pemasaran.
2. Manfaat Praktis
 - a. Memberikan wawasan bagi perusahaan Halodoc untuk terus membangun kualitas layanan elektronik untuk meningkatkan loyalitas elektronik.
 - b. Mengembangkan strategi perusahaan untuk terus mempertahankan pelanggan di industri layanan kesehatan digital.

1.5. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara terstruktur dengan susunan sebagai berikut:

1. Bab I: Pendahuluan

Pada bagian ini akan menyajikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

2. Bab II: Tinjauan Pustaka

Pada bagian ini akan membahas konsep terkait kualitas layanan berbasis elektronik (*e-service quality*), kepercayaan elektronik (*e-trust*), kepuasan elektronik (*e-satisfaction*) dan loyalitas elektronik (*e-loyalty*). Selain itu, bagian ini akan memaparkan rangkuman penelitian terdahulu, penyusunan kerangka penelitian, dan perumusan hipotesis.

3. Bab III: Metodologi Penelitian

Pada bagian ini akan menguraikan penjelasan tentang metode penelitian yang dipakai, karakteristik populasi, penentuan sampel, prosedur pengumpulan data serta teknik analisis data yang diterapkan.

4. Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini akan menunjukkan hasil penelitian yang diperoleh, kemudian dilanjutkan dengan analisis dan pembahasan yang berkaitan dengan tujuan studi.

5. Bab V: Kesimpulan dan Saran

Pada bagian ini akan memberikan kesimpulan dari hasil penelitian, memberikan arahan untuk penelitian selanjutnya, menjelaskan berbagai keterbatasan yang ditemui selama penelitian serta memberikan rekomendasi bagi perusahaan dalam menyusun strategi pengembangan merek.