

PENINGKATAN KEPUASAN SEBAGAI PENDORONG NIAT UNTUK DILANJUTKAN PENGGUNAAN APLIKASI HALODOC

**Indra Suryani¹, Dr. Didik Setyawan, SE., MM., M.,Sc² Nang Among Budiadi,
S.E, M.Si³**

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Setia Budi

²Dosen Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Setia Budi

ABSTRACT

Masa pandemik Covid-19 merubah perilaku masyarakat dalam mendapatkan layanan kesehatan yang beralih ke online. Studi ini menguji perluasan Technology Acceptance Model (TAM) dalam menggunakan aplikasi kesehatan. TAM tidak relevan lagi dalam penerapan pada studi penerapan aplikasi yang spesifik. Perluasan yang dilakukan menambah variabel pengaruh sosial, perasaan cemas, dan ketersediaan layanan dalam membentuk sikap untuk mempengaruhi niat perilaku. Pengambilan data menggunakan kuisioner secara online pada pengguna aplikasi Halodoc sebanyak 200 responden. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis Structural Equation Modeling metode AMOS menunjukkan sikap menjadi penentu dalam membentuk niat perilaku yang dipengaruhi oleh kegunaan persepsian, kemudahan persepsian, pengaruh sosial, dan ketersediaan layanan, namun bukan dari perasaan cemas. Hasil ini mengindikasikan individu mempersepsikan Halodoc memberikan manfaat, mudah dalam menggunakan, lingkungan sekitar yang mempengaruhi, dan layanan tersedia dengan baik yang mengabaikan rasa cemas dalam menggunakan aplikasi Halodoc pada masa pandemik Covid 19 untuk mendapatkan layanan kesehatan.

Keywords: Niat untuk dilanjutkan,kepuasan,kualitas layanan,interaktif yang dirasakan,interaksi manusia ke manusia

PENDAHULUAN

Fenomena penggunaan aplikasi layanan kesehatan online di Indonesia penting untuk dilakukan penelitian. Hal ini berdasarkan data jumlah pengguna aplikasi kesehatan online di Indonesia baru sebesar 10% dari jumlah penduduk (www.ekonomi.bisnis.com, 2019). Data juga menunjukkan pengguna yang sudah menggunakan aplikasi kesehatan online 84,4% mengaku puas dengan layanan yang diberikan (www.money.kompas.com, 2019). Masyarakat bisa merasakan kenyamanan dan kemanfaatan karena layanan kesehatan digital ini memiliki berbagai banyak pilihan fitur dari sisi pelayanan dokter sampai mendapatkan resep obatnya. Namun hasil survey juga menunjukkan masih adanya ketidakpuasan dari pengguna aplikasi kesehatan online ini. Terdapat 15,6% pengguna aplikasi kesehatan online yang tidak puas terhadap layanannya yang disebabkan ketakutan pencurian data pribadi, interaksi komunikasi dokter dengan pasien yang kurang baik, dan belum terstandarisasinya penghantaran obat (www.chapters-id.com, 2019). Salah satu layanan aplikasi kesehatan online ini adalah Halodoc yang berkolaborasi dengan Go-Jek. Maka studi ini perlu melakukan evaluasi tingkat pengguna aplikasi kesehatan Halodoc untuk tetap berniat terus menggunakan.

Studi terdahulu ditemukan juga masih ada perbedaan hasil dalam meningkatkan niat pengguna (Lin et al.,2018; Tsvetkova et al.,2018; Gu et al.,2019). Studi yang dilakukan Lin et al. (2018) menunjukkan interaksi manusia ke manusia berpengaruh terhadap niat menggunakan situs media. Variabel yang digunakan menjelaskan interaksi manusia ke manusia mengacu pada umpan balik dimana pengguna dapat bertukar informasi dengan orang lain di situs media yang diharapkan dapat memberikan pengetahuan kesehatan dalam rangka memfasilitasi individu niat untuk terus menggunakan (Lin et al.,2018). Berbeda dengan studi yang dilakukan oleh Tsvetkova et al. (2018) yang menjelaskan pengaruh pada informasi di situs media dapat menyebabkan umpan balik berdampak negatif pada layanan yang diberikan dan mengakibatkan pengguna tidak ingin melanjutkan niatnya untuk menggunakan. Berdasarkan penjelasan tersebut menunjukkan masih adanya inkonsistensi hasil penelitian hubungan antara interaksi manusia ke manusia terhadap niat menggunakan. Maka studi ini perlu dilakukan modifikasi model penelitian yang dapat meningkatkan individu untuk berniat menggunakan aplikasi kesehatan online.

Modifikasi model yang dilakukan pada studi ini dengan menambahkan kepuasan sebagai variabel mediasi dalam mempengaruhi niat penggunaan aplikasi. Hal ini dikarenakan kepuasan merupakan faktor penting yang dapat memberi dampak signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi online (Gu et al.,2019).Kondisi ini dikarenakan kepuasan pengguna dalam mempengaruhi niat untuk melanjutkan berdasarkan pengalaman penggunaan sebelumnya yang dirasakan memberikan kemanfaatan dan kemudahan. Studi lain yang diungkapkan oleh Lin et al. (2018) menyatakan interaksi manusia ke manusia sebagai alat untuk melakukan pertukaran informasi akan memotivasi pengguna dalam interaksi sosial di situs media yang dapat meningkatkan kepuasan pengguna mengarah pada niat penggunaan kembali situs media. Penjelasan ini memberikan bukti bahwa kepuasan mempunyai peran penting dalam meningkatkan niat menggunakan aplikasi kesehatan online.

Faktor lain yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi kesehatan online teridentifikasi adalah kualitas layanan. Hal ini dijelaskan pada studi dari Gu et al. (2019) menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik secara langsung dapat meningkatkan kepuasan dalam membentuk niat berkelanjutan pengguna terhadap layanan aplikasi online. Hubungan positif antara kualitas layanan dan kepuasan pengguna bertujuan untuk menilai harapan pengguna terhadap kualitas layanan dalam menggunakan aplikasi kesehatan online. Kualitas layanan berusaha memenuhi kebutuhan pengguna yang mengarah pada peningkatan kepuasan (Asnawi et al.,2019). Penjelasan tersebut memberikan kesimpulan bahwa kualitas layanan merupakan faktor penting persepsi individu dalam meningkatkan kepuasan untuk terus menggunakan aplikasi kesehatan online.

Faktor terakhir yang teridentifikasi dapat meningkatkan kepuasan dalam penggunaan aplikasi kesehatan online adalah persepsi interaktif aplikasi. Studi dari Gu et al. (2018) yang menyatakan persepsi interaktif berfungsi untuk membuat saling berbagi informasi seputar kesehatan dan saling berkomentar di situs media antar individu dapat meningkatkan kepuasan penggunanya. Studi yang sama dari Zhang et al.

(2017) yang menyatakan bahwa keinteraktifan dari aplikasi yang dipersepsikan penggunaannya untuk saling berbagi informasi perawatan kesehatan dapat meningkatkan kepuasan dikarenakan adanya kesesuaian dengan harapan penggunaannya dalam penggunaan aplikasi kesehatan. Berbagai penjelasan ini mengindikasikan keinteraktifan aplikasi kesehatan mampu membentuk kepuasan penggunaannya.

Berdasarkan penjelasan yang sudah dilakukan, niat untuk terus menggunakan aplikasi kesehatan online merupakan tujuan dari penelitian ini. Studi menggunakan obyek pengguna aplikasi kesehatan Halodoc yang mempersepsikan masih belum memberikan kepuasan dalam penggunaannya. Tingginya niat untuk terus menggunakan dipengaruhi oleh tingkat kepuasan penggunaannya (Lin et al.,2018 ; Tsvetvolka et al.,2018 ; Gu et al.,2019). Kepuasan yang merupakan variabel mediasi dari penelitian ini dipengaruhi oleh tiga faktor penentu yaitu kualitas layanan (Gu et al.,2019), interaksi manusia ke manusia (Lin et al.,2018), dan keinteraktifan yang dipersepsikan (Tsvetvolka et al.,2018). Studi ini mengajukan objek pengguna aplikasi kesehatan Halodoc, maka judul yang diajukan adalah “Peningkatan Kepuasan Sebagai Pendorong Niat Untuk Dilanjutkan Penggunaan Aplikasi Halodoc”

KAJIAN LITERATUR

Niat Untuk Dilanjutkan

Konsep dasar niat didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk melakukan sesuatu yang didasarkan pada keyakinannya (Joshua dan Arudra.,2006). Studi lain dari Teo. (2011) mendefinisikan bahwa niat merupakan faktor seberapa keras keinginan individu melakukan suatu perilaku tertentu. Hung et al. (2011) dalam studinya mendefinisikan niat yang mengarah pada perilaku dimaknai sebagai kemauan yang luas dari individu dan berdampak positif untuk berperilaku tertentu.

Kepuasan

Konsep dasar kepuasan didefinisikan sebagai persepsi yang dirasakan lebih baik dari yang diharapkan (Gu et al.,2018). Studi lain dari Lin et al. (2005) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan yang sesuai harapan dari penggunaan sebelumnya. Studi dari Cengiz. (2010) dalam studinya mendefinisikan kepuasan sebagai evaluasi pasca penggunaan kualitas layanan yang dirasa melebihi yang diharapkan. Berbagai penjelasan tersebut maka dapat diartikan bahwa kepuasan yang tinggi dari penggunaan aplikasi kesehatan mampu membentuk niat untuk terus menggunakan. Maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut.

H1 : Semakin tinggi tingkat kepuasan yang dipersepsikan positif maka akan berpengaruh pada niat untuk terus menggunakan layanan kesehatan berbasis internet.

Kualitas Layanan

Konsep dasar kualitas layanan didefinisikan sebagai pelayanan yang baik dan dapat meningkatkan kepuasan terhadap kebutuhan pengguna (Gu et al.,2019). Studi dari Kahn et al. (2002) mendefinisikan kualitas layanan dari suatu aplikasi sebagai kemampuan aplikasi dalam memberikan informasi sebagai penilaian untuk

mengembangkan dan memberikan layanan informasi yang tepat dan akurat terhadap pengguna. Kualitas layanan terhadap aplikasi kesehatan didefinisikan sebagai kualitas teknis dari aplikasi kesehatan yang baik dalam perawatan kesehatan terutama dalam hal diagnosis dan prosedur perawatan (Sohail, 2003). Kualitas layanan terhadap kesehatan juga dimaknai sebagai layanan aplikasi yang mudah diakses dan terjangkau sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengguna (Mosadeghrad, 2010). Kualitas layanan aplikasi terhadap pengguna dapat menjelaskan dengan baik tentang aplikasi tersebut terhadap pengguna yang sesuai dengan harapan pengguna dalam membentuk kepuasan pengguna (Arshad dan Ameen, 2010 ; Desmouch dan Vrat, 2014). Maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut.

H2 : Semakin baik kualitas layanan yang dipersepsikan positif maka akan berpengaruh kepuasan terhadap pengguna aplikasi kesehatan.

Interaktif Yang Dirasakan

Konsep dasar interaktif yang dirasakan didefinisikan sebagai proses pertukaran pesan oleh pengguna setelah menggunakan aplikasi atau mengalami proses pelayanan (Gu et al., 2018). Studi lain dari Lee et al. (2019) mendefinisikan bahwa interaktif yang dirasakan sebagai pengaruh komunikasi timbal balik antara dua pihak dalam suatu media informasi untuk berbagi pesan. Lin et al. (2018) dalam studinya mendefinisikan interaktif yang dirasakan sebagai perasaan pengguna dalam menggunakan media sosial untuk mengirim dan menerima informasi mampu respon timbal balik dari pengguna lain. Maka dapat disimpulkan bahwa interaktif yang dirasakan merupakan proses komunikasi timbal balik yang dirasakan sebagai pengguna dalam menggunakan media sosial. Maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut.

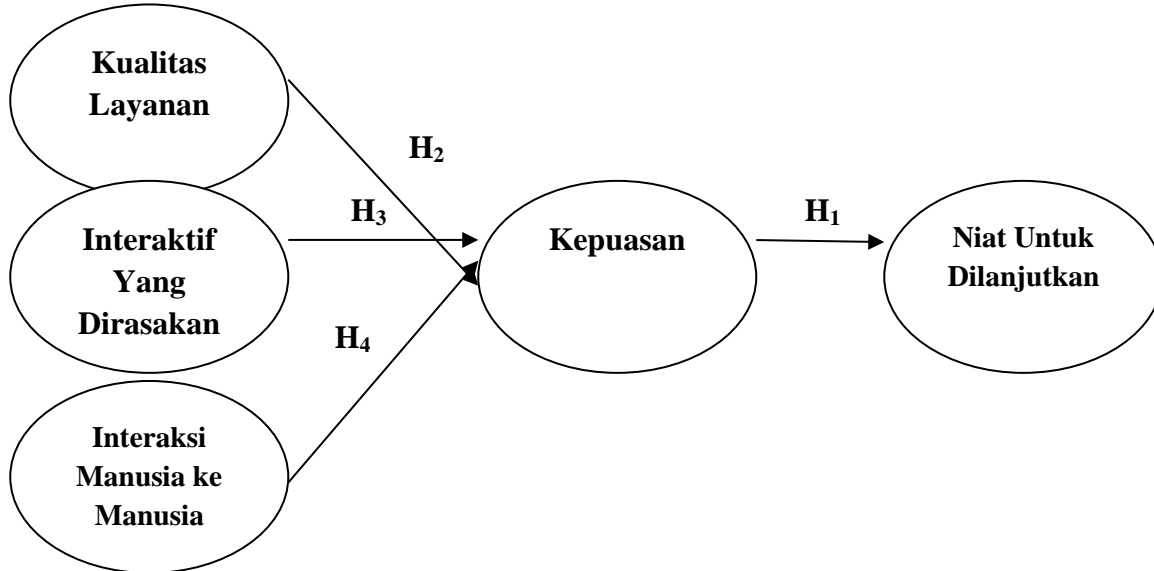
H3 : Semakin tinggi interaktif yang dirasakan berpengaruh positif maka akan berpengaruh juga terhadap kualitas layanan kesehatan online.

Interaksi Manusia Ke Manusia

Konsep dasar interaksi manusia ke manusia didefinisikan sebagai pengguna percaya bahwa dapat dengan mudah berkomunikasi dengan individu lain melalui interaksi dengan menggunakan media sosial (Lu et al., 2010). Studi dari Lin et al. (2018) mendefinisikan interaksi manusia ke manusia sebagai pengguna dapat berkomunikasi dengan individu lain melalui media sosial dalam melakukan diskusi maupun umpan balik. Studi dari Lee et al. (2019) mendefinisikan interaksi manusia ke manusia sebagai pengguna media sosial untuk mengirim dan menerima informasi yang selalu memperoleh respon dari pengguna lain. Maka dapat disimpulkan bahwa interaksi manusia ke manusia merupakan aktivitas individu sebagai pengguna dapat berkomunikasi melalui media sosial untuk mengirim dan menerima informasi dari dan ke pengguna lain. Maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut.

H4 : Semakin tinggi interaksi manusia ke manusia berpengaruh positif maka akan berpengaruh juga terhadap interaktif yang dirasakan.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian survei kuesioner untuk menguji hubungan sebab akibat antar variabel yang mempengaruhi niat untuk dilanjutkan penggunaan aplikasi kesehatan Halodoc. Pengambilan sampel penelitian ini digunakan teknik *nonprobability sampling* karena terdapat peluang yang tidak sama untuk memilih individu dalam populasi yang besar untuk menjadi sampel. Sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat luas. Teknik penyampelan yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan jumlah responden 200 orang. Penelitian ini menggunakan teknik survei dalam bentuk kuesioner untuk pengambilan data responden. Alat yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner melalui pengisian mandiri dengan pertanyaan tertutup berdasarkan teknik pengkodean skala likert 5 poin. Item kuesioner diadopsi dari literatur (lihat tabel 1). Pertanyaan kuesioner dan jawaban menggunakan bahasa Indonesia. Pengujian alat ukur dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan program SPSS. Pengujian hipotesis menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) dengan program AMOS.

Tabel 1. Indikator Variabel, Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Factor Loading	Cronbach Alpha Minimal = 0,60	Keterangan
Interaksi Manusia (Lu et al, 2010 ; Lin et al, 2018 ; Lee et al, 2019).	1. Mudah bertemu dengan pengguna lain.	0,896	0,927	Valid dan Re
	2. Mudah bertukar dan berbagi pendapat informasi dengan individu lain penggunaan media sosial.	0,897		Valid dan Re
	3. Mudah terhubung kembali dengan teman lama penggunaan media sosial.	0,812		Valid dan Re
	4. Mudah mengembangkan hubungan interpersonal dengan individu lain menggunakan media sosial.	0,907		
Interaktif Yang Dirasakan (Gu et al, 2018 ; Lee et al, 2019).	1. Pengguna berinteraksi dan menerima berbagai fitur aplikasi interaktif.	0,772	0,936	Valid dan Re
	2. Dapat berinteraksi dengan sistem layanan kesehatan online untuk mendapatkan informasi spesifik atau memberikan umpan balik.	0,896		Valid dan Re
	3. Efektif mengirimkan informasi penggunaan situs media sosial.	0,896		Valid dan Re
	4. Efektif dapat mengakses informasi menarik dari situs media sosial.	0,881		Valid dan Re
	5. Efektif mendapatkan informasi yang berarti menggunakan situs media sosial)	0,850		
Kualitas Layanan (Yang et al, 2004 ; Rahi dan Ghani, 2018 ; Gu et al, 2019).)	1. Aplikasi sesuai harapan.	0,778	0,935	Valid dan Re
	2. Mudah dinavigasi.	0,914		
	3. Mudah mencari informasi.	0,865		Valid dan Re
	4. Aplikasi terstruktur dengan baik.	0,879		
	5. Aplikasi berfungsi dengan baik.	0,709		Valid dan Re
	6. Menyediakan layanan setelah pembelian.	0,903		Valid dan Re
	7. Layanan yang merespon cepat kebutuhan konsumen	0,81		Valid dan Re
Kepuasan (Gu et al, 2018 ; Rahi dan Ghani, 2018).	1. Senang dengan penggunaan sistem aplikasi.	0,874	0,803	Valid dan Re
	2. Puas dengan penggunaan sistem aplikasi.	0,810		Valid dan Re
	3. Puas dengan penggunaan layanan internet banking	0,777		Valid dan Re
Niat Untuk Dilanjutkan . (Lin et al, 2005 ; Rahi dan Ghani, 2018 ; Gu et al, 2019).	1. Berniat untuk terus menggunakan portal web.	0,922	0,960	Valid dan Re
	2. Niat untuk terus menggunakan internet banking dimasa depan.	0,942		Valid dan Re
	3. Akan selalu mencoba menggunakan internet banking dalam keseharian.	0,868		Valid dan Re

Hasil pengujian pada 24 pertanyaan item kuesioner adalah valid dengan nilai *factor loading* yang lebih dari 0,40 serta tidak ada nilai ganda. Pengujian reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha* (α) dan nilai koefisien alpha harus lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil penelitian ini nilai reliabilitas lebih dari 0,6, sehingga dapat disimpulkan semua item kuesioner reliabel digunakan untuk pengambilan data

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Klasifikasi	%	Karakteristik	Klasifikasi	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	52,5%	Pendapatan	$\leq 1.000.000$	42,5%
	Perempuan	47,5%		1.000.000- 2.000.000	21,5%
Usia	≤ 20 tahun	3,0%	Domisili	2.000.000- 3.000.000	22,0%
	21-30 tahun	75,5%		3.000.000- 4.000.000	10,5%
	31-40 tahun	17,5%		4.000.000- 5.000.000	2,5%
	41-50 tahun	4,0%		$\geq 5.000.000$	1,0%
Pendidikan Terakhir	≥ 50 tahun	0%	Tangerang		67,5%
	SMA/SMK	58,5%	Surakarta		20,0%
	D3	9,0%	Kalimantan		4,5%
	S1	30,5%	Yogyakarta		3,0%
	S2	1,5%	Jakarta		2,0%
Pekerjaan	S3	0,5%	Sukoharjo		1,5%
	Mahasiswa	55,0%	Sumatera Barat		0,5%
	PNS/ASN	12,0%	Makassar		0,5%
	Karyawan Swasta	19,5%	Ambon		0,5%
	Karyawan Honorer	1,0%			
	Guru	2,5%			
	Dosen	1,0%			
	Wirausaha	9,0%			

HASIL ANALISIS

Uji hipotesis dilakukan dengan menganalisis hubungan sebab akibat antar variabel dengan model berdasarkan nilai *critical ratio* (c.r) nya. Jika arah hubungannya sesuai dengan hipotesis penelitian serta didukung nilai c.r yang memenuhi persyaratan maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis terdukung. Hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis SEM dengan aplikasi AMOS menunjukkan hasil tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Standar Estimate	c.r	Probabilitas (p)	keterangan
K→NUD	0,573	2.275	0,006	H1 Terdukung
KL→K	0,671	2.573	0,011	H2 Terdukung
IYD→K	0,935	3.138	0,002	H3 Terdukung
IM→K	0,322	3.043	0,002	H4 Terdukung

DISKUSI

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menemukan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap niat untuk dilanjutkan. Berbagai studi terdahulu telah menemukan bahwa kepuasan menunjukkan pengaruh besar terhadap niat untuk dilanjutkan. Studi terdahulu dari Lierop et al., (2018) menyatakan bahwa kepuasan memberikan dampak positif terhadap niat untuk dilanjutkan. Pengguna yang merasa puas terhadap penggunaan aplikasi kesehatan akan memiliki niat untuk dilanjutkan dalam penggunaan aplikasi kesehatan online. Studi dari Samarraie et al., (2018) menyatakan bahwa kepuasan terhadap layanan aplikasi kesehatan dapat mendorong niat untuk dilanjutkan. Hal ini dikarenakan persepsi pengguna tentang kepuasan layanan yang dirasakan secara positif dapat mempengaruhi niat untuk dilanjutkan terhadap penggunaan. Studi lain dari Gu *et al.*, (2019) menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap niat untuk dilanjutkan dalam penggunaan aplikasi kesehatan online. Hal ini berdasarkan pengalaman penggunaan sebelumnya yang dirasakan memberikan kemanfaatan dan kemudahan dalam penggunaan aplikasi kesehatan online.

KESIMPULAN dan IMPLIKASI

Studi ini dilakukan untuk menguji faktor penentu niat untuk melanjutkan penggunaan aplikasi Halodoc. Niat untuk melanjutkan penggunaan aplikasi Halodoc dipengaruhi oleh kepuasan yang terbentuk dari variabel kualitas layanan, interaktif yang dirasakan, dan interaksi manusia ke manusia.

Hasil analisis data pada studi ini menunjukkan bahwa empat hipotesis terdukung. Hipotesis pertama menunjukkan kepuasan berpengaruh positif terhadap niat untuk melanjutkan. Kedua, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Hipotesis ketiga menunjukkan interaktif yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Hipotesis keempat menunjukkan interaksi manusia berpengaruh positif terhadap kepuasan. Berdasarkan respon dari responden pada studi ini sebagian besar pengguna sudah mengetahui aplikasi Halodoc. Niat untuk melanjutkan, kepuasan, kualitas layanan, interaktif yang dirasakan dan interaksi manusia menjadi faktor pembentuk niat untuk melanjutkan penggunaan aplikasi kesehatan Halodoc.

REFERENSI

- . 2019. Menyikapi Kendala Dengan Layanan Kesehatan Digital di Indonesia 26 September 2020. <https://chapters-id.com/menyikapi-kendala-dalam-layanan-kesehatan-digital-di-indonesia/>
- . 2019. Penggunaan Aplikasi Kesehatan di Indonesia Baru 10% dari Total Penduduk 24 September 2020.

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190819/12/1138279/penggunaan-aplikasi-kesehatan-di-indonesia-baru-10-dari-total-penduduk>

- ___ . 2019. Survei : 84,4 Persen Masyarakat Puas Dengan Layanan Kesehatan Digital 25 September 2020. <https://money.kompas.com/read/2019/08/19/134000926/survei--84-4-persen-masyarakat-puas-dengan-layanan-kesehatan-digital?page=all>
- Asnawi,A.A., Awang,Z., Afthanorhan,A., Mohamad,M., & Karim,F. (2019). The influence of hospital image and service quality on patients' satisfaction and loyalty. *Management Science Letters*, Vol.9, No.6, pp. 911-920.
- Caruana,A., Money,A.H., & Berthon,P.R. (2000). Service Quality and Satisfaction-The Moderating Role of Value. *European Journal of Marketing*, Vol.34, No.11/12, pp. 1338-1352.
- Cengiz,E. (2010). Measuring Customer Satisfaction : Must or Not?. *Journal of Naval Science and Engineering*, Vol.6, No.2, pp. 76-88.
- Chao,C.M. (2019). Factors Determining the Behavioral Intention to Use Mobile Learning: An Application and Extension of the UTAUT Model. *Original Research*, Vol.10, pp. 1-14.
- Dea, V.L., Ahmed, E.M.G., Madhav, G.B. (2018). Transport Reviews What Influences Satisfaction and Loyalty In Public Trasnport? *Transport Review*. Vol.38, No.1, pp. 1-23
- Deng,Z., Mo,X., & Liu,S., (2014). Comparison of the Middle-Aged and Older Users Adoption of Mobile Health Services in China. *International Journal of Medical Informatics*, Vol.83, No.2, pp. 210-224.
- Faqih, K. M. S. (2016). An empirical analysis of factors predicting the behavioral intention to adopt Internet shopping technology among non-shoppers in a developing country context: Does gender matter? *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 30, pp.140–164.
- Gu,D., Gou,J., Liang,C., Lu,W., Zhao,S., Liu,B., & Long,T. (2019). Social Media Based Health Management Systems and Sustained Health Engagement : TPB Persepective. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, Vol.16, No.9, pp. 1-15.
- Gu,D., Yang,X., Li,X., J,H.K., & Liang,C. (2018). Understanding the Role of Mobile Internet Based Health Services on Patient Satisfaction and Word of Mouth. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, Vol.15, No.9, pp. 1-23.

- Guo, X., Han, X., Zhang, X., Dang, Y., & Chen, C. (2015). Investigating m-health acceptance from a protection motivation theory perspective: Gender and age differences. *Telemedicine and E-Health*, Vol. 21, No. 8, pp. 661–669.
- Guo, X., Han, X., Zhang, X., Dang, Y., & Chen, C. (2015). Investigating m-health acceptance from a protection motivation theory perspective: Gender and age differences. *Telemedicine and E-Health*, Vol. 21, No. 8, pp. 661–669.
- Hair, Jr. F. J., Black, C. W., Babin, J. B., & Anderson, E. R. (2010). *Multivariate Data Analysis : a Global Perspective*. Edisi ketujuh. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Harris, M. A., Brookshire, R., & Chin, A. G. (2016). Identifying factors influencing consumers' intent to install mobile applications. *International Journal of Information Management*, Vol. 36, No. 3, pp. 441–450.
- Hosam, A.S., Bee, K.T., Ahmed, I.A., Nasser, A. (2018). E-learning continuance satisfaction in higher education: a unified perspective from instructors and students. *STUDIES IN HIGHER EDUCATION*. Vol.43, No.11, pp.1-18
- Jean, L.X., & Hwa, C.J. (2017). The Impact of Social Media Influencers on Purchase Intention and the Mediation Effect of Customer Attitude. *Asian Journal of Business Research*, Vol.7, No.2, pp. 1-36.
- Jung, H.Y. (2016). Toward a theory of environmental satisfaction and human comfort: A process-oriented and contextually sensitive theoretical framework. *Journal of Environmental Psychology*. No.45, pp. 1-11
- Kim, H. Y., & Chung, J. E. (2011). Consumer purchase intention for organic personal care products. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 28, No. 1, pp. 40–47.
- Kimberley, B., & Haines, Z. (2019). Main and interactive effects of weekly transformational and laissez-faire leadership on followers' trust in the leader and leader effectiveness. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*. No.92, pp. 1-26
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jogjakarta : Erlangga.
- Lapidot, Y., Kark, R., & Shamir, B. (2007). The impact of situational vulnerability on the development and erosion of followers' trust in their leader. *Leadership Quarterly*, Vol.18, No. 1, pp. 16–34.
- Lee, J., & Lee, C. (2019). Extension of TAM by Perceived Interactivity to Understand Usage Behaviors on ACG Social Media Sites. *Sustainability*, Vol.11, No.20, pp. 1-19.
- Lin, C.S., Wu, S., & Tsai, R.J. (2005). Integrating perceived playfulness into expectation-confirmation model for web portal context. *Information & Management*, Vol.42, No.5, pp. 683-693.

- Lin,H., & Chang,C. (2018). What Motivates Health Information Exchange in Social Media? The Roles of The Social Cognitive Theory and Perceived Interactivity. *Information & Management*, Vol.55, No.6, pp. 772-780.
- Lu,H., Hsiao,K., & Lin,J.C. (2010). Information sharing behaviour on blogs in Taiwan: Effects of interactivities and gender differences. *Journal of Information Science*, Vol.36, No.3, pp. 401-416.
- Mardiana,S., Tjakraatmaja,J.H., & Aprianingsih,A. (2015). Validating the Conceptual Model for Predicting Intention to Use as Part of Information System Success Model: The Case of an Indonesian Government Agency. *The Third Information Systems International Conference*, Vol.72, pp. 353-360.
- Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- McMillan,S.J., & Hwang,J. (2002). Measures of Perceived Interactivity: An Exploration of the Role of Direction of Communication, Users Control, and Time in Shaping Perceptions of Interactivity. *Journal of Advertising*, Vol.31, No.3, pp. 30-42.
- Miller,H.J. (2005). Necessary Space Time Conditions For Human Interaction. *Environment and Planning B: Planning and Design*, Vol.32, pp. 381-401.
- Mosadeghard,A.M. (2013). Healthcare service quality: towards a broad definition. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, Vol.26, No.3, pp. 203-219.
- Nienaber, A. M., Hofeditz, M., & Romeike, P. D. (2015). Vulnerability and trust in Leader-Follower relationships. *Personnel Review*, Vol. 44, No. 4, pp. 567–591.
- Nitin,S., & Deshmukh,P.V. (2004). Service Quality Models: A Reviews. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol.22, No.9, pp. 913-949.
- Rahi,S., & Ghani,M.A. (2019). Integration of DeLone and McLean and self-determination theory in internet banking continuance intention context. *International Journal of Accounting & Information Management*, Vol.27, No.3, pp. 512-528.
- RH,Bokhari. (2005). The relationship between system usage and user satisfaction: a meta-analysis. *Journal of Enterprise Information Management*, Vol.18, No.2, pp. 211-234.
- Rizwan, Q.D., Asad, A.H., Hafiz, J.I., Shoaib, R., Jawad, S. (2018). The Impact of Service Quality and Service Value on Customer Satisfaction through Customer bonding: Evidence from telecommunication Sector. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, Vol.7, No.1, pp. 1-8
- Sarwono, J. (2010). Pengertian Dasar Structural Equation Modelling (SEM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol : 10, No : 3, pp. 73-182.

- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods For Business : A Skill Building Approach*. USA : John Wiley & Sons, Inc.
- ST,Akinyele. (2010). Customer Satisfaction And Service Quality: Customer's Re-Patronage Perspectives. *Global Journal of Management and Business Research*, Vol.10, No.6, pp. 1-83.
- Susanto,A. (2016). Determinants of continuance intention to use the smartphone banking services. *Industrial Management & Data Systems*, Vol.116, No.3, pp. 508-525.
- Svensson, G. (2004). Vulnerability in business relationships: The gap between dependence and trust. *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 19 No. 7, pp. 469–483.
- Theo,T. (2011). Factors influencing teachers' intention to use technology: Model development and test. *Computers & Education*, Vol.57, pp. 2432-2440.
- Tsvetkova,M., Pickering,J.B., & Luders,M. (2017). Understanding Human-Machine Networks: A Cross-Disciplinary Survey. *ACM Computing System*, Vol.50, No.1, pp. 1-35.
- Vencataya, L., Pudaruth, S., Juwaheer, R., Dirpal, G., Sumodhee, N.M.Z. (2019). ASSESSING THE IMPACT OF SERVICE QUALITY DIMENSIONS ON CUSTOMER SATISFACTION IN COMMERCIAL BANKS OF MAURITIUS. *Studies In Business and Economics*. No.14, pp. 1-12
- Wagner, G., Schramm-Klein, H., & Steinmann, S. (2017). Consumers' attitudes and intentions toward Internet-enabled TV shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol: 34, pp. 278–286.
- Wu, I. L. (2013). The antecedents of customer satisfaction and its link to complaint intentions in online shopping: An integration of justice, technology, and trust. *International Journal of Information Management*, 33(1), pp. 166–176.
- Yang,Z., Jun,M., & Peterson,R.T. (2004). Measuring customer perceived online service quality. *International Journal of Operations & Production Management*, Vol.24, No.11, pp. 1149-1174.
- Zarco,A.I.J., Gonzales,I.G., Rubio,F.S., & Sellens,J.T. (2014). The Co-Laerning Process in Healthcare Professionals : Assessing User Satisfaction in Virtual Communities of Practice. *Computers in Human Behavior*, Vol.51, pp. 1303-1313.
- Zhang,M., Le,H.T., Nguyen,H.D., Nguyen,C.T., Tran,T.D., & Ho,R.C. (2017). Perceptions of Health-Related Information on Facebook: Cross-Sectional Study Among Vietnamese Youths. *Interactive Journal of Media Research*, Vol.2, No.2, pp. 1-10.

Zhao, Y., Ni, Q., & Zhou, R. (2018). What factors influence the mobile health service adoption? A meta-analysis and the moderating role of age. *International Journal of Information Management*, 43, pp. 342–350.