
**ANALISIS MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN APLIKASI HALO DOC
DIMASA PANDEMI COVID-19**

Oleh
Serliyana Cindi Rosita¹, Ginanjar Rahmawan²
^{1,2} STIE Surakarta
Email: Cindirosita97@Gmail.Com

Abstrak

Masa Pandemi Covid-19 Memiliki Efek Yang Cukup Besar Dibidang Kesehatan, Terutama Pada Pelayanan Kesehatan. Pembatasan Kegiatan Masyarakat Diluar Rumah Digalakan Untuk Menangani Persebaran Virus Covid-19. Penggunaan Teknologi Kesehatan Sedang Marak Digunakan Sebagai Solusi Penanganan Kesehatan Secara Online, Salah Saru Aplikasi Yang Digunakan ialah Halodoc. Riset Ini Memiliki Tujuan Dalam Menelusuri Pengaruh Keamanan, Kemudahan Dan Kepercayaan Kepada Minat Masyarakat Mempergunakan Aplikasi Halodoc Dimasa Pandemi Covid-19. Parameter Yang Dipergunakan ialah Kuesioner Yang Disebarkan Pada Masyarakat Yang Menggunakan Aplikasi Halodoc Diwilayah Surakarta, Metode Sampling Mempergunakan Purposive Sampling Dan Persamaan Lemeshow Maka Di Dapat Sampel Sebanyak 100 Responden. Metode Analisa Yang Dipergunakan ialah Analisa Regresi Linier Berganda. Hasil Dari Riset Ini Menunjukkan Bahwa Variabel Keamanan Dengan Terpisah Mempengaruhi Positif Signifikan Kepada Minat Dengan (P-Value=0,041) Dan Nilai Koefisien Sejumlah (0,185). Variabel Kepercayaan Secara Parsial Mempengaruhi Positif Signifikan Kepada Minat Dengan (P-Value=0,032) Dan Nilai Koefisien Sejumlah (0,220). Variabel Kemudahan Secara Parsial Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Dengan (P-Value=0,007) Dan Nilai Koefisien Sejumlah (0,368). Secara Simultan Variabel Keamanan, Kemudahan Dan Kepercayaan Mempengaruhi Signifikan Kepada Minat Masyarakat Mempergunakan Aplikasi Halodoc (P-Value< 0,001) Dengan Kontribusi Pengaruh Sebesar 62,5%.

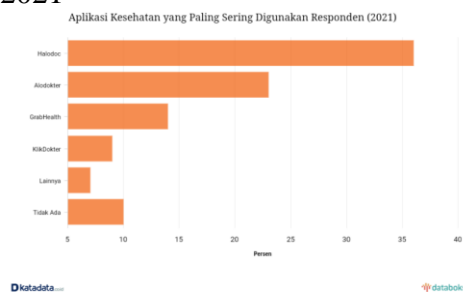
Kata Kunci: Keamanan, Kepercayaan, Kemudahan, Minat Penggunaan.

PENDAHULUAN

Pandemi virus corona 2019 ataupun yang disebut dengan COVID-19 di mulai dengan penularan yang terjadi di Wuhan, China pada akhir Januari 2020. Selanjutnya, di Indonesia mengumumkan kasus baru COVID-19 pada awal Maret 2020 dan mengakibatkan perubahan kebijakan di segala sektor. Indonesia mulai menerapkan kebijakan *social distancing* ataupun pembatasan jarak sosial dalam menanggulangi penularan COVID-19, dan juga menggalakan program “Dirumah Saja” agar masyarakat tidak beraktifitas diluar rumah demi mencegah tertularnya virus Covid-19.

Sektor kesehatan adalah sebuah sektor yang mempunyai dampak kepada penyebaran COVID-19. Usaha yang dijalankan di sektor kesehatan untuk menanggulangi COVID-19 antara lain meningkatkan sistem kesehatan di rumah sakit sehingga mempunyai kemampuan yang baik untuk menanggulangi pasien, pemanfaatan jejaring/ *onlinemedicine treatment* (pengobatan *online*), pemanfaatan sistem/ *platformtelemedicine* (pengobatan jarak jauh), pemenuhan dana darurat sektor kesehatan agar meminimalisasi pembiayaan kesehatan. Disamping itu, yang juga penting lainnya ialah peningkatan kapasitas tenaga kesehatan di berbagai fasilitas kesehatan.

Terdapat banyak fasilitas kesehatan dan rumah sakit yang digunakan untuk penanganan pasien yang terdampak virus Covid-19, hal ini menjadikan sebuah ketakutan masyarakat untuk mendatangi fasilitas kesehatan karena takut dapat tertular virus Covid-19. Terdapat juga keluhan masyarakat yang tidak dapat mendapat fasilitas kesehatan dikarenakan penuhnya pasien yang menggunakan fasilitas kesehatan. Di Indonesia, aplikasi mengenai kesehatan kini telah populer diberbagai kalangan masyarakat, minat dari masyarakat dalam menggunakan layanan aplikasi kesehatan atau konsultasi dokter yang secara online meningkat semenjak adanya pandemi Covid-19. Berikut data aplikasi kesehatan yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia tahun 2021



Sumber : Databoks, 2022

Gambar 1. Data Aplikasi Kesehatan yang paling sering digunakan di Indonesia

Berdasarkan data diatas, diketahui bahwasanya aplikasi Halodoc menjadi aplikasi layanan kesehatan dan konsultasi dokter online yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Pengobatan *online* yaitu aplikasi Halodoc merupakan salah satu solusi yang dapat digunakan masyarakat saat mengalami gejala kesehatan. Penggunaan aplikasi pengobatan secara *online* masih menjadi hal yang belum familiar bagi masyarakat, ada beberapa pertimbangan masyarakat dalam penggunaan aplikasi pengobatan *online* yaitu dari sektor keamanan, sektor kepercayaan dan sektor kemudahan. Keamanan transaksi *online* merupakan seperti apa dapat menanggulangi cheating (penipuan) ataupun paling tidak

memeriksa Pengenalan Masalah Pencarian Informasi Evaluasi Alternatif Keputusan Pembelian Perilaku Pasca Pembelian 18 ada penipuan pada suatu sistem dengan basis informasi, yang mana informasi tersebut mempunyai arti fisik. Berdasarkan Bailey dan Pearson (1983) *security perception* (Persepsi keamanan) merupakan persepsi konsumen mengenai kapasitas toko *online* mengamankan dan mengendalikan data transaksi dari perubahan yang tidak sah atau penyalahgunaan. Berdasarkan Ainun Fika (2015) persepsi keamanan mempengaruhi signifikan kepada keputusan pembelian dengan *online* diaplikasi Tokopedia.

Kepercayaan yang didapatkan bahwa pemakaian informasi *sensitive* pada pelayanan keuangan inovatif ini umumnya menyebabkan sebagian rasa khawatir berkenaan dengan privasi dan keamanan pembayaran seluler. Pengaruh signifikan dari kepercayaan pembayaran seluler awal pada niat perilaku dijelaskan oleh (Lu et al.,2011). Penelitian Mala (2021) menunjukkan variabel kepercayaan mempengaruhi signifikan dan positif kepada minat mempergunakan aplikasi *Mobile Payment* Linkaja.

Kemudahan penggunaan aplikasi dirasa menjadi salah satu faktor penting. Menurut Adams, R. Ryan Nelson, dan Peter A. Todd (1992) menjelaskan bahwa interaksi antara pengguna (user) dan intensitas penggunaan dengan sistem juga dapat memperlihatkan kemudahan pemakaian. Sistem yang lebih sering dipergunakan memperlihatkan bahwa teknologi itu lebih populer, lebih mudah dijalankan, serta lebih mudah dioergunakan oleh user-nya. Pada penelitian Frenky dan Wilma (2019) memperlihatkan bahwa kepercayaan konsumen dan kemudahan penggunaan aplikasi mempengaruhi signifikan dan positif kepada minat beli ulang konsumen *e-commerce* Lazada.

Berdasarkan hasil latar belakang permasalahan diatas, peneliti menggunakan

variabel persepsi keamanan, persepsi kepercayaan dan persepsi kemudahan dalam menelusuri pengaruh kepada minat pemakaian aplikasi pengobatan *online* Halodoc. Sehingga tujuan riset ini ialah dalam mengetahui pengaruh persepsi keamanan, persepsi kepercayaan dan persepsi kemudahan kepada minat konsumen dalam pemakaian aplikasi pengobatan *online* Halodoc.

LANDASAN TEORI

Keamanan

Berdasarkan Casalo. et.al., dalam Pambudi dan Ahmad (2014: 5) dari perspektif konsumen keamanan ialah sebuah kemampuan dalam memberi perlindungan informasi atau data seorang pelanggan dari tindakan pencurian dan penipuan pada bisnis perbankan. Tingkat keamanan bertransaksi ialah masalah krusial yang sering diperhatikan nasabah sebelum membuat keputusan dalam mengadopsi ATM.

Berdasarkan Jhon D.Howard pada Mulyana (2016: 29-30), Keamanan komputer merupakan tindak penanggulangan dari serangan pengakses jaringan atau pengguna komputer yang tidak mempunyai tanggung jawab. Keperluan keamanan teknologi dapat digolongkan atas bidang seperti dibawah ini (Paulus dkk, 2005: 416-417) :

1. *Privacy/Confidentiality* Inti utama aspek *confidentiality* atau *privacy* merupakan sebuah usaha menjaga informasi dari orang yang tidak berhak untuk mengakses. *Privacy* lebih kearah data-data yang bersifat personal sementara *confidentiality* umumnya berkaitan dengan data yang diberi terhadap pihak lainnya dalam kebutuhan tertentu (seperti selaku bagian dari pendaftaran suatu pelayanan) serta hanya diijinkan bagi kebutuhan tertentu itu. Misalnya confidential information yakni data-data yang bersifat pribadi (yakni tempat tanggal lahir, nama, agama, penyakit yang pernah diderita, status

perkawinan, social security number, serta lainnya).

2. *Integrity* Sisi ini memfokuskan bahwa sebuah informasi tidak dapat di ubah tanpa ijin pemilik. Terdapatnya *trojan horse*, virus, ataupun penggunaan lainnya yang memberi perubahan informasi tanpa seijin termasuk permasalahan yang harus diatasi.
3. *Authentication* bidang ini berkaitan dengan teknik dalam menjelaskan bahwa data yang original, individu yang melakukan pengaksesan ataupun memberi informasi ialah benar pihak tersebut, ataupun server yang dihubungi ialah benar server yang original. Perihal ini pengguna perlu memperlihatkan bukti bahwa betul dia ialah pemilik sah, seperti dengan mempergunakan password atau PIN, sidik jari atau biometric (karakteristik seseorang), serta lainnya.
4. *Availability* Bidang ketersediaan atau *availability* berkaitan dengan adanya informasi pada saat diperlukan. Teknologi yang dijebol atau diserang dapat meniadakan atau menghambat akses kepada informasi.
5. *Accesscontrol* Pengaturan (*user ID*) bidang ini berkenaan dengan teknis aturan akses terhadap informasi. Perihal itu umumnya berkaitan dengan permasalahan *authentication* serta juga *privacyaccesscontrol* selalu dijalankan mempergunakan kombinasi *password* dan *user id* ataupun dengan mempergunakan prosedur lain, misalnya biometrik dan kartu.

Kepercayaan

Kepercayaan konsumen ialah pandangan dari perspektif pelanggan akan kelebihan penjual untuk pengalaman dan tercukupi kepuasan dan harapan konsumen (Firdayanti, 2012).

Kepercayaan adalah sebuah landasan untuk suatu tahapan bisnis. Sebuah penjualan diantara dua orang ataupun lebih akan ada jika pada dua belah pihak saling percaya. Maka hal

ini pada suatu usaha tidak dapat timbul dengan instans, namun perlu dibentuk semenjak dimulai suatu bisnis tersebut (Hendrata dkk, 2013). Sementara berdasarkan Hsiao, dkk (2010) pada risetnya mengartikan kepercayaan kepada situs belanja online selaku adanya pelanggan untuk memberi kepercayaan situs belanja online.

Chervany dan McKnight (2002) menjabarkan dengan rinci berbagai aspek kepercayaan konsumen atas:

1. Integritas (*Integrity*) Integritas merupakan kemampuan dan kejujuran menepati janji dari pihak yang dipercaya (penjual). Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Integrity dapat dilihat dari sudut mengatakan yang sebenarnya (*Tells the truth*), pemenuhan (*fulfillment*), dan kehandalan (*reliability*).
2. Kebaikan hati (*Benevolence*) Kebaikan hati ialah motivasi dan perhatian dalam bertindak sesuai dengan kepentingan konsumen oleh penyedia barang. Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Penjual bukan semata-mata mengejar keuntungan maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Komponen ini meliputi perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima.
3. *Competency* (Kompetensi) Kompetensi adalah kemampuan penjual untuk melaksanakan kebutuhan dari konsumen. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi. Komponen ini meliputi pengalaman, pengesahan institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan

4. *Predictability* *Predictability* merupakan konsistensi tingkah laku oleh penjual. Kemampuan penjual dalam memastikan akan produk yang di jual, maka pelanggan dapat memprediksi dan mengantisipasi mengenai kinerja penjual. Unsur ini melingkupi *brand image* penjual, akibat atau risiko yang dapat di prediksi dan konsistensi

Kemudahan

Berdasarkan Davis (1989) pada Amijaya (2010: 14) mengartikan ease of use (kemudahan penggunaan) selaku sebuah tingkat yang mana seorang individu mempercayai bahwa teknologi bisa mudah digunakan dan mudah dipahami.

Berdasarkan Mathieson 1991 pada Harlan (2014: 39) Kemudahan didefinisikan selaku individu yang percaya yang mana apabila mereka mempergunakan teknologi tertentu sehingga akan terbebas dari usaha. Sementara berdasarkan Silver dan Goodwin pada Sakti, dkk. (2013: 3) menjelaskan bahwa interaksi antara pengguna (user) dan intensitas penggunaan dengan sistem juga dapat memperlihatkan kemudahan pemakaian.

Berdasarkan Panggih Rizki Dwi Istiarni (2014: 19-20) kemudahan dalam memakai teknologi terpengaruhi sebagian faktor:

1. Pertama menekankan terhadap teknologi tersebut, sebuah teknologi yang layak serta dipergunakan dengan kontinue akan memudahkan *user* untuk mempergunakannya. Misalnya pengalaman pengguna kepada penggunaan teknologi yang sama akan memberi kemudahan *user*.
2. Kedua ialah reputasi teknologi itu yang didapatkan oleh user. Baiknya reputasi yang di dengar oleh pengguna akan memberikan dorongan keyakinan user kepada kemudahan pemakaian teknologi itu.
3. Ketiga yang berpengaruh persepsi pengguna kepada kemudahan mempergunakan teknologi ialah adanya

prosedur penunjang yang baik. Prosedur penunjang yang dipercaya akan menjadikan user merasa yakin dan merasa nyaman, bahwa ada prosedur penunjang yang baik apabila ada kesulitan untuk mempergunakan teknologi, sehingga menunjang persepsi user kearah positif.

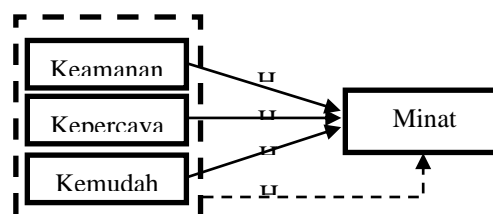
Minat

Berdasarkan Jogiyanto (2007: 116) behavioral intention (minat perilaku) ialah sebuah minat (keinginan) seorang individu dalam menjalankan sebuah tingkah laku tertentu. Minat berkaitan dengan berbagai tindakan atau perilaku, namun minat dapat terjadi perubahan berdasarkan waktu, interval waktu yang semakin lebar, maka semakin diberikan kemungkinan adanya berbagai perubahan minat seorang individu. Berdasarkan Slameto (1995) pada Harlan (2014: 13) Minat merupakan sika cenderung jiwa yang konsisten dalam mengenang dan memperhatikan sebuah kegiatan atau aktivitas. Seorang individu yang tertarik kepada sebuah kegiatan pemakaian sarana jasa perbankan dan memfokuskan kegiatan itu dengan dilandasi kesenangan, sehingga seorang individu akan dengan tetep mempergunakannya di masa mendatang.

Consumer behavior atau Perilaku nasabah berdasarkan John Mowen merupakan studi mengenai *buying units* (unit pembelian) serta berbagai proses pertukaran yang disertakan untuk mengkonsumsi, mendapatkan, dan melakukan pengelolaan jasa, barang, ide dan pengalaman, (Sutanto & Umam, 2013: 306-307). Maka perilaku nasabah merupakan tanggapan psikologis yang kompleks yang timbul berbentuk tindakan atau perilaku yang khas dengan personal yang langsung ikut serta pada upaya mendapatkan, mempergunakan produk, serta menetapkan tahapan penarikan keputusan untuk menjalankan pembelian produk, diantaranya untuk repeat order. Berdasarkan Sudarsono pada Harlan (2014: 14-15) berbagai faktor

yang berpengaruh pada minat dapat dikelompokkan seperti dibawah ini:

1. Keperluan internal. Hal ini dapat berbentuk keperluan yang berkaitan dengan kejiwaan dan jasmani.
2. Motif sosial, munculnya Minat pada diri seorang individu dapat di dorong oleh motif sosial yakni keperluan dalam memperoleh pengakuan, penghargaan dari lingkungannya.
3. Emosional. Faktor ini termasuk ukuran intensitas seorang individu untuk memberi atensi kepada suatu objek atau kegiatan tertentu.



METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipergunakan pada riset ini adalah mempergunakan teknik kuantitatif dengan mempergunakan kuesioner sebagai alat ukur. Populasi riset ialah masyarakat yang mempergunakan aplikasi Halodoc di Surakarta dan sekitarnya. Jumlah populasi tidak terhitung sehingga untuk penentuan sampel digunakan persamaan Lemeshow menurut Akas Pinarigan (2021) sehingga didapat sampel untuk penelitian sebanyak 100 responden. Dibawah ini persamaan Lemeshow:

$$n_0 = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

Dimana:

n = Total sampel

z = Nilai standart = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

$n_0 = (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5) / (0,10)^2$

$n_0 = 0,9604 / 0,01$

$n_0 = 96,04$, dibulatkan menjadi 100 responden

Definisi Variabel Dan Pengukuran Variabel

a. Variabel Dependen atau terikat (Minat)
Pengukuran variable minat tentang ketertarikan responden menggunakan aplikasi Halodoc dengan skala likert yang berjumlah 5 point pada setiap pertanyaan yang digunakan responden untuk menentukan jawaban.

b. Variabel Independen atau variabel tidak terikat

1. Keamanan

Pengukuran pada variabel keamanan dilakukan pada sektor kebijakan privasi, kerahasiaan data, keamanan informasi dan permasalahan pada aplikasi. Variabel keamanan dalam tiap pertanyaannya diukur menggunakan skala *likert* dengan 5 point yang digunakan narasumber untuk menentukan jawabannya.

2. Kepercayaan

Variabel kepercayaan diukur pada integritas, *benevolence*, *competency*, *predictability* *predictability*. Setiap pertanyaannya diukur menggunakan skala *likert* dengan 5 point yang digunakan responden untuk menentukan jawabannya.

3. Kemudahan

Variabel kemudahan diukur dari persepsi kemudahan penggunaan aplikasi, reputasi aplikasi yang didengar pengguna, dan teknologi. Setiap pertanyaannya diukur menggunakan skala *likert* dengan 5 point yang digunakan responden untuk menentukan jawabannya.

Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

1. Pengujian Validitas

Apabila r hitung $>$ r tabel, sehingga pertanyaan itu dinyatakan sah. Sedangkan apabila r hitung $<$ r tabel, sehingga pertanyaan itu dinyatakan tidak sah (Sugiyono, 2016).

2. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat dalam melakukan pengukuran sebuah instrumen yang termasuk alat pengukuran variabel atau konstruk untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Bertujuan mengukur item pertanyaan pada kuisioner yang diisi responden tersebut konsisten atau tidak. Sebuah instrumen dinyatakan handal apabila nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0.60 (Sugiyono, 2016).

b. Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Dalam menguji normal tidaknya sebuah distribusi data. Dalam hasil uji Kolmogorov Smirnov maka acuan penarikan keputusan jika Nilai Sig. ataupun signifikansi ataupun nilai probabilitas $<$ 0,05 data yang distribusi merupakan tidak normal. Sedangkan Nilai Sig. ataupun signifikansi ataupun nilai probabilitas $>$ 0,05 data yang distribusi ialah normal. Dalam hasil pengujian Kolmogorov Smirnov (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2017)

2. Uji Multikolinearitas

Dilakukannya uji ini dimana akan diukur korelasi signifikansi antar variabel bebas itu dengan jumlah koefisien korelasi (r). dalam memeriksa terdapat atau tidak multikolinearitas dapat ditinjau dari jumlah Tolerance dan variance inflation factor (VIF). Acuan sebuah model regresi yang terbebas multikolinearitas ialah berangka tolerance dekat dengan 1. Tolerance melakukan pengukuran variabilitas variabel bebas yang dipilih yang tidak dijabarkan oleh variabel bebas lain. Sehingga nilai tolerance yang kurang setara nilai VIF tinggi (dikarenakan $VIF = 1/tolerance$). Uji coba multikolinearitas dapat dijalankan dengan Tolerance value $<$ 0,10 ataupun $VIF >$ 10 : ada multikolinearitas. Namun apabila Tolerance value $>$ 0,10 ataupun $VIF <$ 10 : tidak ada multikolinearitas". (Sunnyoto, 2016)

3. Pengujian Heteroskedastisitas

Pengujian Heteroskedastisitas mempunyai tujuan dalam melakukan pengujian pada suatu model regresi ada pertidaksamaan varians dari satu pengamatan kepada pengamatan yang lainnya, jika kesalahan ataupun residual dari teknik yang diteliti tidak mempunyai varians yang tetap dari sebuah pengamatan ke pengamatan lain mananya pada tiap pengamatan memiliki realibilitas yang berlainan karena perubahan keadaan yang menjadi latar belakang tidak teringkas pada spesifikasi model. Pengujian heterokedastisitas untuk mengetahui terdapat tidak Heteroskedastisitas dipergunakan grafik plot, apabila terdapat pola tertentu misalnya berbagai titik yang terdapat membangun pola tertentu yang teratur (Danang Sunyoto, 2016).

c. Analisis Pengujian Regresi Linier Berganda

Metode analisa data pada riset ini ialah regresi linier berganda, pengujian ini dijalankan dalam meninjau berapa besar bagaimana variabel bebas dan variabel terikat berpengaruh.

Persamaan matematis dari regresi linier berganda pada riset ini ialah
 Minat (Y) = Konstanta + β_1 Keamanan + β_2 Kepercayaan + β_3 Kemudahan

d. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Uji T dilaksanakan dalam melakukan pengujian riset kepada koefisien regresi dengan terpisah, uji coba ini dilaksanakan dalam menelusuri peranan parsial diantara variabel bebas kepada variabel terikat dengan memberikan asumsi bahwa variabel lain dianggap tetap (Sugiyono, 2016:108). Hubungan variabel terikat dan variabel bebas mempengaruhi dengan signifikan apabila nilai dalam tabel Coefficients > 0.05

2. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Pengujian F dipergunakan dalam menilai pengaruh seluruh variabel bebas kepada variabel dependen ataupun termasuk

pengujian signifikansi model regresi. Pengujian F ini dapat dijabarkan dengan mempergunakan analisa varian (*analysis of variance*= ANOVA). (Widarjono, 2015:19). Apabila nilai dari tabel anova memperlihatkan kurang dari 0,05 sehingga dinyatakan berpengaruh.

3. Uji Koefisien Determinasi

Melakukan pengukuran sejauh mana kapasitas model untuk menjelaskan variasi variabel terikat bernilai diantara nol hingga satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai adjusted R^2 yang rendah bermakna kapasitas berbagai variabel bebas untuk menjabarkan variasi variabel terikat sangat ada batasan. Nilai dekat satu memperlihatkan bahwa berbagai variabel bebas memberi hampir seluruh informasi yang diperlukan dalam memberi prediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2018:97).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi hasil-hasil penelitian yang telah diperoleh dan pembahasan tentang hasil-hasil tersebut.

Cara Penulisan Persamaan

Persamaan dapat ditulis seperti contoh berikut:

$$|\langle y, z | x \rangle|^2 \leq \|y, x\|^2 \|z, x\|^2$$

Apabila persamaan tersebut tidak dirujuk maka nomor persamaan tidak perlu dicantumkan.

Deskriptif Responden

Tabel 1. Deskriptif Responden

Jenis Kelamin	Frequency	Percent
Laki-laki	26	26%
Perempuan	74	74%
Total	100	100%
Usia	Frequency	Percent
17-27 Tahun	79	79%
28-38 Tahun	19	19%
39-49 Tahun	2	2%
Total	100	100%
Pendidikan	Frequency	Percent
Sarjana	46	46%
SMA/SMK	54	54%
Total	100	100%
Pendapatan	Frequency	Percent

< Rp 1.500.000	15	15%
Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000	32	32%
>Rp 2.500.000	53	53%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Sebaran Kuesioner, 2022

Gambaran responden pada riset ialah mayoritas narasumber dengan jenis kelamin perempuan (74%), berusia 17-27 tahun (79%), pendidikan SMA/SMK (54%) dan penghasilan lebih dari Rp2.500.000.

Uji Validitas

Hasil Pengujian validitas yang dijalankan dengan mempergunakan program SPSS versi 23, bersignifikasi sejumlah 0,05. Dalam riset yang mempergunakan narasumber sejumlah 100 orang, nilai r kritis tersebut ialah 0,197. Serta nilai r hitung diperoleh dari output data hasil Pearson Correlation, dari hasil pengolahan semua butir pernyataan memiliki nilai r hitung melebihi nilai r tabel (0,197) maka dapat dinyatakan seluruh butir pernyataan valid.

Uji Reliabilitas

Pada hasil Uji Reliabilitas nilai Cronbach’s Alpha variabel Keamanan sebesar 0,929, variabel Kepercayaan sejumlah 0,912, variabel Kemudahan sejumlah 0,884 serta variabel Minat sejumlah 0,817, sejumlah variabel bernilai Cronbach’s Alpha >0,600 maka disimpulkan seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

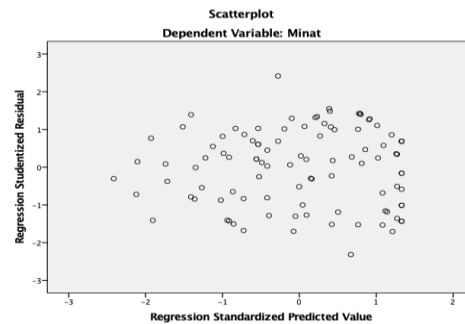
Nilai Sig Kolmogorov Smirnov sejumlah 0,188 melebihi 0,05 sehingga kesimpulannya bahwa distribusi data penelitian dinyatakan terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas menunjukkan nilai Tolerance Keamanan (0,219), Kepercayaan (0,252) dan Kemudahan (0,296) melebihi nilai batasan 0,100 serta nilai VIP Keamanan (4,559), Kepercayaan (3,971) dan Kemudahan (3,378) lebih kecil dari nilai

batasan 10, maka kesimpulannya data tidak ada multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2: Uji Heteroskedastisitas

Grafik Scatterplot menunjukkan sebaran titik-titik tidak membangun sebuah pola tertentu maka kesimpulannya bahwa tidak ada heteroskedastisitas.

Analisis Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 1: Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.721	1.953		-.369	.713
Keamanan	.185	.089	.272	2.073	.041
Kepercayaan	.220	.101	.267	2.179	.032
Kemudahan	.368	.134	.312	2.757	.007

a. Dependent Variable: Minat

Adjusted R Square 0,625

F 56,112

Sig. F 0,000

Sumber : Output SPSS 23, 2022

$$Y = -0,721 + 0,185 X_1 + 0,220 X_2 + 0,368$$

Menurut rumusan Regresi Linier Berganda dapat diinterpretasikan seperti dibawah ini:

- a. Konstanta menunjukkan nilai pengaruh negatif (berlawanan arah), yang berarti bahwa jika nilai Keamanan, Kepercayaan dan Kemudahan tidak ada atau diabaikan maka nilai Minat menurun.
- b. Koefisien regresi variabel Keamanan (X_1) memperlihatkan nilai pengaruh positif (searah), yang berarti bahwa Keamanan mempengaruhi Minat secara positif dan nilainya meningkat.
- c. Koefisien regresi variabel Kepercayaan (X_2) memperlihatkan nilai pengaruh positif (searah), yang berarti bahwa Keamanan mempengaruhi Minat secara positif dan nilainya meningkat.
- d. Koefisien regresi variabel Kemudahan (X_3) memperlihatkan nilai pengaruh positif (searah), yang berarti bahwa Keamanan mempengaruhi Minat secara positif dan nilainya meningkat.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Menetapkan nilai t tabel dari distribusi t tabel berdasarkan jumlah responden sebanyak 100 responden dengan taraf signifikan 0,05 dan jumlah variabel independen 3 maka didapat nilai t tabel sejumlah 1,985.

Nilai t hitung variabel Keamanan sejumlah 2,073 melebihi t tabel (1,985) serta nilai Sig variabel Keamanan sejumlah 0,041 kurang dari 0,05 sehingga kesimpulannya bahwa hipotesis H_1 diterima maknanya variabel Keamanan mempengaruhi positif signifikan kepada Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc.

Nilai t hitung variabel Kepercayaan sejumlah 2,179 melebihi dari t tabel (1,985) serta nilai Sig variabel Kepercayaan sejumlah 0,032 kurang dari 0,05 maka kesimpulannya bahwa hipotesis H_2 di terima artinya variabel Kepercayaan mempengaruhi positif signifikan kepada Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc.

Nilai t hitung variabel Kemudahan sejumlah 2,073 melebihi t tabel (1,985) serta

nilai Sig variabel Kemudahan sejumlah 0,041 kurang dari 0,05 sehingga kesimpulannya bahwa hipotesis H_3 diterima artinya variabel Kemudahan mempengaruhi positif signifikan kepada Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc.

Uji Simultan (Uji F)

Menetapkan nilai F tabel dari distribusi F tabel berdasarkan jumlah responden sebanyak 100 responden dengan taraf signifikan 0,05 dan jumlah variabel independen 3 maka diperoleh nilai t tabel sejumlah 2,699. Nilai F hitung sebesar 56,112 melebihi dari F tabel (2,699) maka hipotesis H_4 diterima dan dapat diartikan bahwa variabel Keamanan, Kepercayaan dan Kemudahan mempengaruhi signifikan kepada Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc.

Koefisien Determinasi

Hasil memperlihatkan nilai *Adjusted R Square* sejumlah 0,625 maknanya kontribusi pengaruh variabel Keamanan, Kepercayaan dan Kemudahan kepada variabel Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc sejumlah 62,5% sementara ($100\% - 62,5\% = 37,5\%$) sisanya terpengaruhi oleh variabel lainnya di luar variabel yang diamati pada riset ini seperti Promosi, Diskon, Citra Merek, dan lain-lain.

Pembahasan

1. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc.

Dari hasil penelitian diperoleh hasil terdapat pengaruh signifikan Keamanan kepada Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc. Hasil Koefisien menandakan positif (0,185) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif Keamanan sebesar 18,5% terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc. Pengaruh positif dapat diartikan apabila nilai variabel Keamanan meningkat maka nilai variabel Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc akan ikut meningkat dan sebaliknya, apabila nilai variabel Keamanan menurun maka nilai Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc akan ikut menurun.

Hasil riset selaras dengan riset yang dilaksanakan oleh (Kholid dan Embun, 2018) yang memaparkan bahwasanya keamanan berpengaruh yang signifikan dan positif atas minat penggunaan, relevan juga dengan penelitian sebelumnya dari Saraswati (2021) yang menjelaskan bahwa persepsi keamanan mempengaruhi positif signifikan sebesar 40% kepada pemakaian penggunaan *e-money* pada masyarakat millennial di wilayah Kecamatan Medan Baru. Penelitian Saripudin dan Faihaputri (2021) dengan hasil riset bahwa variabel keamanan mempengaruhi positif signifikan 30,8% kepada minat beli ulang pada *e-commerce* JD.ID.

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc.

Dari hasil riset didapatkan hasil adanya pengaruh signifikan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc. Hasil Koefisien bertanda positif (0,220) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif Kepercayaan sejumlah 22,0% kepada Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc. Pengaruh positif dapat diartikan apabila nilai variabel Kepercayaan meningkat maka nilai variabel Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc akan ikut naik dan sebaliknya, apabila nilai variabel Kepercayaan menurun maka nilai Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc akan ikut menurun.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Utami (2021) yang menjelaskan bahwa variabel kepercayaan mempengaruhi positif signifikan sejumlah 33,9% kepada variabel minat mempergunakan *Mobile Payment* LinkAja (Studi pada mahasiswa di Yogyakarta). Serta penelitian Saripudin dan Faihaputri (2021) dengan hasil riset bahwa variabel kepercayaan mempengaruhi positif signifikan 31,8% kepada minat beli ulang pada *e-commerce* JD.ID.

3. Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc.

Dari hasil riset didapatkan hasil adanya pengaruh signifikan Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc. Hasil Koefisien bertanda positif (0,368) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif Kemudahan sejumlah 36,8% kepada Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc. Pengaruh positif dapat dimaknai jika nilai variabel Kemudahan terjadi kenaikan sehingga nilai variabel Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc akan turut naik dan sebaliknya, apabila nilai variabel Kemudahan menurun maka nilai Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc akan ikut menurun.

Hasil riset sesuai dengan riset sebelumnya dari Saraswati (2021) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan mempengaruhi positif signifikan sejumlah 27,1% kepada minat penggunaan *e-money* dalam masyarakat millennial di wilayah Kecamatan Medan Baru. Dan penelitian Saripudin dan Faihaputri (2021) dengan hasil riset bahwa variabel kemudahan mempengaruhi positif signifikan 29,5% kepada minat beli ulang pada *e-commerce* JD.ID.

4. Pengaruh Keamanan, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc.

Hasil pengujian Uji F (Simultan) menunjukkan bahwa variabel Keamanan, Kepercayaan dan Kemudahan secara simultan (bersamaan) mempengaruhi positif signifikan kepada variabel Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc ditandai dengan nilai Sig 0,000 yang kurang dari tingkat signifikan 0,05.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Saripudin dan Faihaputri (2021), hasil penelitian bahwa variabel kepercayaan, keamanan dan kemudahan berpengaruh positif signifikan kepada minat beli ulang pada *e-commerce* JD.ID.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada pembahasan dan teori pada bab – bab sebelumnya, sehingga

kesimpulannya bahwa terdapat pengaruh positif signifikan variabel Keamanan kepada Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc. Terdapatnya pengaruh positif signifikan variabel Kepercayaan kepada Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc. Terdapat pengaruh positif signifikan variabel Kemudahan kepada Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc. Dengan bersamaan variabel Keamanan, Kepercayaan dan Kemudahan memiliki pengaruh signifikan kepada Minat Penggunaan Aplikasi Halodoc.

Aplikasi Halodoc alangkah lebih baik mengedukasi terhadap pengguna dengan berkala, yang dapat dilakukan dengan email atau media sosial, dalam mengurangi adanya penipuan yang mengaku dari pihak Halodoc, sehingga keamanan pengguna dapat semakin terjaga. Demi meningkatkan kepercayaan pengguna, sebaiknya pada aplikasi Halodoc ditingkatkan pada fitur *chat Customer Service* Halodoc, sehingga pengguna akan memiliki rasa kepercayaan yang tinggi dalam menggunakan Halodoc. Aplikasi Halodoc sebaiknya dapat menambahkan beberapa fitur dalam pembayaran agar dapat mempermudah pengguna melakukan transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [2] Kholid, Fernanda Idham dan Embun Duriyani Soemarso. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan penggunaan, kepercayaan nasabah dan Kebermanfaatan terhadap Minat menggunakan E-Banking pada Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol.8, No.2, Hal.49-57.
- [3] Mariah, &Kurniady. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jaminan Keamanan Dalam Transaksi Dengan Menggunakan Sistem E-Commerce Pada Bajiki Store Makassar.
- [4] Pramana, Suprihartini, dan Wira. (2018). Pengaruh Keamanan, Harga, Kelompok Referensi, Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang Angkatan 2014).
- [5] Putri, dan Rochim. (2021). Hubungan Iklan Halodoc di Media Sosial terhadap Minat Viewers Menggunakan Aplikasi Halodoc. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- [6] Saraswati, A, N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Money* Di Kalangan Generasi Millenial (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Baru). Sumatera: Universitas Sumatera Utara.
- [7] Saripudin., & Faihaputri, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Di E-Commerce JD.ID). *Edunomika – Vol. 05, No. 02* (2021). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/download/2765/pdf>
- [8] Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [9] Sukmarini, A, D., & Hasanah, M, N. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Kesehatan di Masa Pandemi Covid-19. *Urban Communication and Development Journal* 2021; 1; 2. <http://publication.rre-center.com/index.php/ucdj>
- [10] Sunyoto, Danang. (2016). Analisis Regresi Dan Uji Hipotesis. Yogyakarta: CAPS.

-
- [11] Utami. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Linkaja Dengan Kemudahan Sebagai Variable Mediasi (Studi pada Mahasiwa di Yogyakarta). Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 9 No. 2, 2021. <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/554>