

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Objek Penelitian



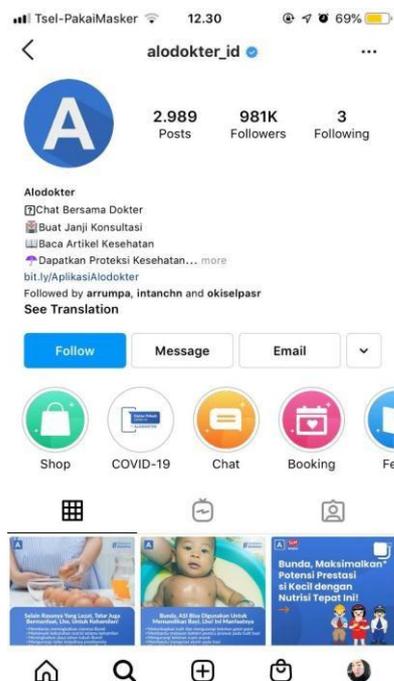
Gambar 3. 1 Logo Alodokter

(Sumber: Alodokter.com)

Alodokter merupakan suatu aplikasi kesehatan digital dan website yang dapat menyediakan sebuah informasi seputar kesehatan, dari berbagai macam penyakit, kemudian pengobatan, serta tips hidup sehat dan informasi seputar kesehatan untuk keluarga. Pada website aplikasi Alodokter sudah di uji dalam kendali para dokter. Oleh Karena itu aplikasi Alodokter menjadi website yang terpercaya dan akurat untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai kesehatan. Aplikasi Alodokter menawarkan berbagai macam fitur-fitur yang memberikan manfaat baik untuk pengguna. Oleh karena itu dengan melalui fitur-fitur kesehatan pada aplikasi Alodokter tersebut pengguna akan lebih cepat untuk mendapatkan informasi dan jawaban seputar kesehatan , konultasi dengan dokter sampai dengan mendapatkan obat. Para pengguna akan seperti memasuki rumah sakit digital terbesar yang di dalamnya terdapat berbagai macam dokter, mulai dari dokter umum hingga dokter spesialis. Para pengguna juga dapat dengan bebas menentukan pilihan dokter mana yang akan menjawab keluhannya. Fitur-fitur yang di tawarkan aplikasi kesehatan Alodokter antara lain:

1. Fitur chat bersama dokter
2. Fitur booking dokter
3. Fitur pembelian obat
4. Fitur booking rumah sakit
5. Fitur asuransi proteksi Alodokter
6. Ribuan artikel kesehatan
7. Daftar penyakit obat terkini
8. Layanan rekam medis

Selain membagikan artikel kesehatan melalui website dan aplikasi kesehatan, aplikasi Alodokter juga memposting mengenai informasi kesehatan-kesehatan yang terjadi pada postingan Instagram mereka.



Gambar 3.2 Instagram Alodokter
(Sumber: Instagram Alodokter.com)

Aplikasi Alodokter terdiri dari dokter-dokter spesialis seperti:

- 1) Dokter kandungan
- 2) Dokter kulit
- 3) Dokter Anak
- 4) Dokter THT
- 5) Dokter penyakit dalam
- 6) Dokter bedah saraf
- 7) Dokter mata
- 8) Dokter gigi umum

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah suatu kerangka dalam melakukan suatu riset penelitian dalam dunia pemasaran dan menjelaskan mengenai prosedur penelitian dalam mendapatkan berbagai informasi untuk menyusun dan menyelesaikan sebuah masalah riset dalam penelitian (Malhotra, 2017). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, penelitian deskriptif dapat di definisikan sebagai jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan sesuatu karakter maupun fungsi dalam pasar (Malhotra, 2017). Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross sectional*, dimana dalam penelitian ini peneliti melakukan pengambilan informasi atau pengumpulan data dari sampel hanya dilakukan satu kali pada saat pengambilan informasi dan data. (Malhotra, 2017) Desain penelitian ini juga tepatnya dapat disebut juga dengan *single cross sectional*, yaitu pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti hanya dari satu responden

hanya untuk satu waktu saja.

Penelitian ini secara umum akan meneliti tentang faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi adanya kebiasaan perilaku para konsumen dalam menggunakan aplikasi kesehatan Alodokter sebagai aplikasi kesehatan digital untuk kehidupan sehari – hari . Adapun variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *Hedonic motivation*, *Social influence*, *Self efficacy*, *perceived privacy risk*, dan *performance expectancy*, dan *BehaviourIntention*.

3. 3 Prosedur Penelitian

3.3.1 Periode Penelitian

Periode penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu berlangsung selama 4 bulan yaitu dari Februari 2021 hingga Juni 2021, mulai dari proses penyusunan latar belakang, pengolahan data hingga pembuatan kesimpulan dan saran. Penyebaran kuesioner sebagai sumber data utama dilakukan sejak akhir april 2021.

3.3.2 Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data yang digunakan adalah melalui jurnal-jurnal internasional, kemudian artikel yang berasal dari *website*, hingga *textbook* yangdigunakan sebagai data pendukung penelitian ini. Selain itu, pengumpulan data utama baik data *pre-test* maupun *main- test* pada penelitian ini melalui penyebaran berupa link kuesioner kepada responden melalui google form yang di sebarakan penulis melalui media sosial peneliti.

3.3.3 Proses Penelitian

Dalam melakukan proses penelitian ini, peneliti melakukan langkah-langkah selama proses membuat penelitian ini. Berikut langkah-langkah yang dilakukan peneliti :

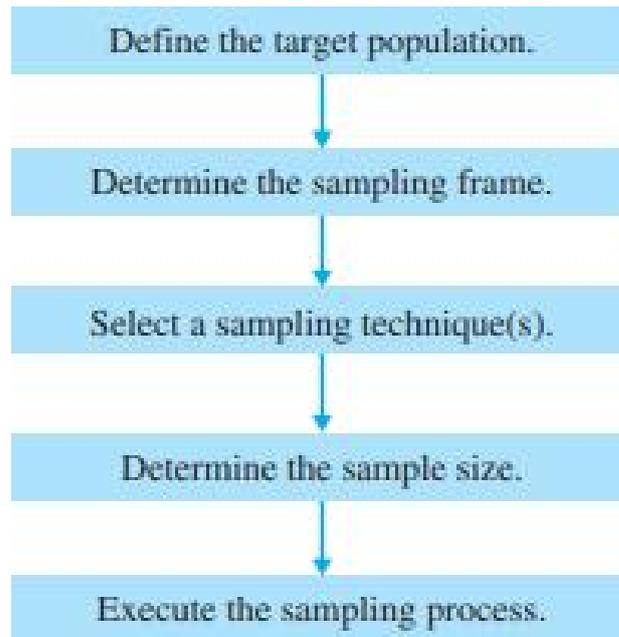
1. Mengumpulkan berbagai literatur, mencari, dan menganalisa data-data yang akan dijadikan bahan penelitian. Data yang dicari, dikumpulkan dan dianalisa berasal dari artikel, jurnal dan e-book. Data tersebut akan digunakan peneliti untuk membuat latar belakang, tinjauan pustaka, pengembangan hipotesis, hingga model penelitian.
2. Menentukan metode penelitian terlebih dahulu untuk penelitian, beserta instrumen-instrumen penelitian lainnya
3. Menentukan jurnal utama sebagai bahan acuan utama dalam proses penelitian ini. Jurnal utama digunakan sebagai acuan dalam mendapatkan model penelitian, indikator *measurement* untuk penyebaran kuesioner, hingga data-data pendukung lainnya yang dapat digunakan dalam penelitian.
4. Membuat sebuah kuesioner untuk menguji apakah kuesioner tersebut dapat dipahami oleh para responden sesuai dengan pertanyaan tujuan penelitian. Pemahaman tersebut meliputi pemahaman kata-kata yang digunakan pada setiap pertanyaan dalam satu indikasi variabel yang digunakan pada penelitian.
5. Melakukan *pre-test* menggunakan *measurement* yang telah dibuat oleh peneliti dan disebarakan kepada 40 responden untuk menentukan uji

validitas dan uji reliabilitas dari *measurement* yang akan digunakan dalam final test.

6. Melanjutkan penyebaran kuesioner untuk *final test* kepada 200 ke atas responden untuk selanjutnya dilakukan pengolahan data. Jumlah sampel ditentukan oleh banyaknya sampel apakah sesuai dengan banyaknya jumlah indikator yang digunakan pada kuesioner atau tidak , dengan mengasumsikan $n \times 5$ observasi.
7. Setelah mendapatkan 200 responden lulus *screening*, maka peneliti melakukan olah data melalui software SPSS 24.
8. Menganalisis data yang sudah diolah melalui software SPSS 24, kemudian membuat pembahasan mengenai hasil olahan data, hingga peneliti dapat membuat suatu kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilakukan

3.4. Ruang Lingkup Penelitian

Menurut Malhotra (2017) terdapat enam langkah untuk menentukan sampling design dalam suatu penelitian yang disebut dengan *the sampling design process*. Proses penentuan sampling ini dimulai dari mendefinisikan target populasi sampai dengan memvalidasi sampel penelitian (Malhotra, 2017).



Gambar 3.4 The Sampling Design Process

(Sumber: Malhotra, 2017)

3.4.1 Mendefinisikan Target Populasi

Malhotra (2017), mendefinisikan mengenai populasi sebagai semua elemen atau objek yang mempunyai serangkaian informasi yang dapat dicari oleh peneliti dan menjadi dasar untuk melakukan suatu hal dalam pengambilan kesimpulan dan kepentingan pada masalah penelitian. Populasi yang mencakup penelitian aplikasi kesehatan Alodokter adalah pengguna aplikasi kesehatan Alodokter di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi. Target populasi ini dijelaskan dalam 4 aspek yaitu element, sampling unit, extent dan time (Malhotra, 2017).

1) Element

Element merupakan suatu hal atau objek untuk memiliki informasi yang dicari oleh peneliti (Malhotra, 2017). Dalam penelitian ini, element yang dimaksud adalah responden penelitian.

2) *Sampling Unit*

Sampling unit merupakan suatu elemen dan memiliki karakteristik yang sama untuk dijadikan sebuah sampel penelitian (Malhotra, 2017). *Sampling unit* dalam proses penelitian ini adalah pria dan wanita yang pernah mencari saran kesehatan pada aplikasi atau website kesehatan (Alodokter, Halodoc), mengetahui dan pernah menggunakan aplikasi Alodokter, pernah membeli obat melalui aplikasi kesehatan, memperhatikan kesehatan, rutin mengontrol dan konsultasi kesehatan dengan dokter.

3) *Extent*

Extent merupakan batasan geografis atau lingkup yang digunakan dalam penelitian. *Extent* dalam penelitian ini adalah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi.

4) *Time*

Time adalah jangka waktu yang digunakan dalam proses penelitian. Jangka waktu penelitian ini adalah selama 4 bulan, mulai dari Februari hingga Juni 2021. Jangka waktu penyebaran kuesioner dimulai dari akhir april 2021.

3.4.2 Menentukan *Sampling Frame*

Sampling frame ialah sebuah representasi dari elemen target populasi yang terdiri dari daftar untuk mengidentifikasi suatu target populasi (Malhotra, 2017). Pada penelitian ini, peneliti tidak memiliki *sampling frame*.

3.4.3 Memilih *Sampling Techniques*

Sampling techniques dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu *non probability sampling* dan *probability sampling* (Malhotra, 2017). *Non probability sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel yang berdasarkan penilaian peneliti hanya secara pribadi, sehingga tidak memiliki peluang yang sama untuk dapat dijadikan sampel penelitian. Sedangkan *probability sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel yang setiap elemen dari populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dimana tidak semua bagian dari populasi dapat memiliki peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel dalam penelitian ini tetapi responden dipilih berdasarkan keputusan dari peneliti yang disesuaikan oleh beberapa syarat untuk berlangsungnya penelitian. Menurut Malhotra (2017) *non probability sampling* terbagi menjadi empat jenis, antara lain:

1. *Convenience sampling*

Convenience sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan upaya mendapatkan kemudahan, biasanya sampel sedang berada pada tempat dan waktu yang sama dengan peneliti.

2. *Judgemental sampling*

Judgemental sampling adalah salah satu bentuk dari *convenience sampling* dimana teknik pengambilan sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti.

3. *Quota sampling*

Quota sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan membaginya menjadi dua tahap. Tahap pertama menentukan kuota dari elemen dan tahap kedua adalah menentukan elemen yang dipilih berdasarkan metode *convenience sampling* atau *judgemental sampling*.

4. *Snowball sampling*

Snowball sampling adalah suatu teknik dalam pengambilan sampel dimana teknik yang dilakukan suatu kelompok responden akan dipilih secara acak, kemudian responden tersebut dipilih berdasarkan arahan dari responden awal. Dengan kata lain adalah teknik pengambilan sampel dengan sistem rujukan.

Teknik yang digunakan peneliti dalam penelitian adalah *judgemental technique sampling* yaitu sampel unit dipilih berdasarkan kriteria dari peneliti (Malhotra, 2017). Dimana responden yang didapatkan dari penelitian ini harus memenuhi beberapa kriteria di antaranya yaitu mengetahui aplikasi kesehatan Alodokter, pernah mencari informasi seputar kesehatan melalui website aplikasi kesehatan, berusia minimal 17 tahun, pernah menggunakan aplikasi Alodokter. *Judgmental technique* ini dapat dilihat di dalam kuesioner yang melakukan screening lebih dalam untuk menentukan responden penelitian. Sehingga, penelitian ini dilakukan dengan melakukan penyebaran survei melalui google form dan respondennya akan dipilih sesuai dengan kebutuhan dan kriteria peneliti.

3.4.4 Menentukan *Sampling Size*

Sampling size adalah penentuan jumlah sampel pada penelitian ini mengacu pada pernyataan *Hair et al (2017)*, yaitu penentuan banyaknya sampel sebagai responden harus di sesuaikan dengan banyaknya jumlah *item* pertanyaan pada kuesioner dengan mengasumsikan $n \times 5$ observasi. Dalam penelitian ini jumlah *item* pertanyaan adalah 34 yang digunakan untuk mengukur 8 variabel sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 34 indikator pertanyaan di kali 5 sama dengan 170 responden. Namun dalam penelitian ini peneliti berhasil mengumpulkan 200 responden.

3.4.5 Menjalankan *Sampling Process*

Menurut Malhotra (2017) terdapat dua jenis data yang dapat digunakan ketika melakukan penelitian, yaitu:

1. *Primary Data*

Primary data merupakan data yang berasal dari peneliti dengan tujuan untuk menyelesaikan masalah penelitian. Dalam mendapatkan dan menganalisis data utama dibutuhkan lebih banyak biaya dan waktu.

2. *Secondary Data*

Secondary data adalah data yang telah dikumpulkan untuk tujuan selain menyelesaikan masalah masalah penelitian. Data sekunder lebih sedikit menghabiskan biaya dan waktu dibanding data utama.

3. 5 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.5.1 Uji Pre-test

Uji pre-test merupakan pengujian kuesioner pada sampel responden dalam skala kecil untuk mengidentifikasi dan menghilangkan hal-hal yang berpotensi menjadi masalah dalam penelitian (Malhotra, 2010). Dalam penelitian ini, uji pre-test dilakukan dengan mengumpulkan 40 responden secara online. Data yang terkumpul sebanyak 40 responden akan diolah melalui software IBM SPSS untuk diuji validitas dan reliabilitas terkait indikator pertanyaan dari setiap variabel penelitian.

3.5.2 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui apakah sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Malhotra, 2010). Suatu kuesioner atau suatu indikator dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Semakin tinggi validitas, maka semakin menggambarkan tingkat sah dan valid sebuah penelitian. Oleh karena itu, validitas mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner yang sudah di buat dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Adanya penelitian ini uji validitas dilakukan dengan cara uji *factor analysis*. Berikut ringkasan uji validitas secara lebih rinci ditunjukkan pada tabel 3.2.

Table 3.2 Uji Validitas

No	Ukuran Validitas	Nilai yang disyaratkan
1	Kaiser-Meyer-Olkin, KMO adalah indeks yang digunakan untuk memeriksa kesesuaian factoranalysis.	Apabila nilai $KMO \geq 0.5$ dapat dikatakan bahwa factor analysis telah sesuai. Apabila nilai $KMO < 0.5$ dapat dikatakan bahwa factor analysis tidak sesuai. (Malhotra, 2010)
2	Bartlett's Test of Sphericity, merupakan uji statistik yang digunakan untuk memeriksa hipotesis penelitian.	Bartlett's Test of Sphericity ini digambarkan dengan nilai signifikan ≤ 0.05 untuk dikatakan hasil pengujiannya signifikan antara variabel dengan indikator penelitian (Malhotra, 2010)
3	MSA, (Anti image matrices) MSA merupakan uji statistik yang berfungsi untuk mengukur tingkat interkorelasi atau hubungan antar variabel dan kelayakan faktoranalysis.	Nilai $MSA \geq 0.5$ untuk keseluruhan variabel penelitian, sedangkan untuk variabel yang nilai $MSA < 0.5$ dapat dilakukan eliminasi untuk mengidentifikasi variabel yang nilainya kurang, sehingga seluruh variabel mencapai nilai 0.5
4	Factor Loadings of Component Matrix, merupakan korelasi antara indikator untuk menunjukkan validitas dari setiap indikator dari semua variabel penelitian.	Nilai factor loadings ≥ 0.5 untuk dapat dikatakan valid.

Menurut Malhotra (2010) terdapat beberapa jenis uji validitas, seperti:

1. *Content Validity*, merupakan uji validitas yang digunakan untuk mengevaluasi sistematis mengenai seberapa baik isi skala yang mewakili *measurement*.
2. *Criterion Validity*, merupakan uji validitas yang digunakan untuk memeriksa kinerja *measurement* sesuai dengan yang diharapkan atau tidak dalam hubungan dengan variabel lain yang memiliki kriteria bermakna (variabel kriteria).
3. *Construct Validity*, merupakan uji validitas yang membahas pertanyaan tentang karakteristik dari suatu skala pengukuran atau *measurement*.

3.5.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui konsistensi dari hasil uji skala yang berulang (Malhotra, 2017). Tingkat kehandalan dapat dilihat dari jawaban terhadap sebuah pernyataan yang konsisten dan stabil. Cronbach alpha merupakan ukuran dalam mengukur korelasi antar jawaban pernyataan dari suatu konstruk atau variabel dinilai reliabel jika Uji reliabilitas dapat diukur dengan mengetahui nilai cronbach's alpha, dimana cronbach's alpha harus bernilai ≥ 0.7 (Hair *et al.*, 2017).

3.6 Uji Kecocokan Model

Goodness of Fit, bertujuan untuk mengevaluasi kesesuaian model hasil analisis dan seberapa keakuratannya baik pada model yang sudah ditentukan (Hair *et al.*, 2014). *Goodnes of fit* juga bertujuan untuk memastikan seberapa konsisten model memprediksi himpunan preferensi dari evaluasi yang sudah ditentukan (Hair *et al.*, 2014). Menurut Hair *et al.* (2014) *Goodnes of fit* diklasifikasikan menjadi tiga bagian, yaitu:

3.6.1 Measurement Model Fit

Measurement model fit dilakukan terhadap *measurement* penelitian secara terpisah melalui penilaian validitas dan reliabilitas (Hair *et al.*, 2014), seperti berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk dapat mengetahui apakah alat ukur *measurement* yang dapat digunakan benar-benar dapat mengukur apa yang diukur (Malhotra, 2017). Menurut Malhotra (2017) peneliti dapat menilai

suatu validitas berdasarkan 3 tipe uji validitas yaitu:

1. *Content Validity*, merupakan tipe validitas yang menilai dari sebuah konten secara keseluruhan indikator berdasarkan dari pemahaman peneliti. Sehingga tipe ini dapat memberikan hasil penilaian yang subjektif.
2. *Criterion Validity*, tipe validitas ini digunakan untuk melihat kinerja measurement apakah sesuai atau tidak dengan yang diharapkan, dalam kaitannya dengan variabel lain yang dipilih sebagai kriteria bermakna.
3. *Construct Validity*, merupakan tipe validitas yang dapat akan menjawab pertanyaan tentang suatu alat ukur dalam mengukur pengertian dari suatu konsep atau konstruk yang diukur.

Suatu variabel dapat dikatakan valid apabila nilai *loading* nya $\geq 0,5$ dengannilai *t-value* \geq *critical value* atau $\geq 1,96$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji statistik untuk mengukur tingkat konsistensi sebuah measurement ketika dilakukan beberapa kali. (Hair *et al*, 2014). Tujuan dari uji reliabilitas ini adalah untuk memastikan bahwa respon dari responden tidak terlalu bervariasi, sehingga measurement dapat diandalkan. Pada penelitian ini, pengukuran tingkat reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *reliability coefficient*, yang menilai konsistensi dari seluruh skala dengan *Cronbach's alpha* (Hair *et al*, 2014).

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Uji Asumsi Klasik

3.7.1.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak ditemukan multikolinieritas antar variabel independen. Nilai multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Menurut Ghazali (2016), nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan VIF ≥ 10 .

3.7.1.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2016), uji heteroskedastisitas adalah suatu situasi dalam model regresi yang terjadi dimana adanya ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Suatu model regresi yang baik dimana tidak terjadi heteroskedastisitas saat melihat grafik plot. Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.1.2.1 Uji Park

Uji Park menurut Ghazali (2016) merupakan salah satu metode yang digunakan dalam menguji kembali ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Uji Park memiliki metode bahwa variance menjadi fungsi dari variabel-variabel independen yang ada pada persamaan. Tolak ukur yang digunakan untuk 65 menentukan tidak terjadi heteroskedastisitas adalah dengan melihat persamaan regresi pada nilai signifikansi sebesar $< 0,05$ yang dapat diasumsikan data pada

model yang ada memiliki asumsi homoskedastisitas (Ghozali, 2016).

3.7.1.3 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat histogram dari residunya. Dinyatakan bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik akan menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Dalam mengukur Uji Normalitas, peneliti akan menggunakan SPSS dalam penelitiannya.

3.7.2 Uji Model

3.7.2.1 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2016), koefisien determinasi merupakan tools untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Jika nilai R² menunjukkan angka yang lebih kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangatlah terbatas. Semakin nilai koefisien mendekati satu berarti variabel 66 independen tersebut memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya.

3.7.3 Uji Hipotesis

3.7.3.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2016), uji statistik menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika jumlah degree of freedom (df) adalah 20 atau lebih, maka derajat kepercayaan sebesar 5%. $H_0: b_i = 0$, mengartikan bahwa apakah variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol atau, $H_A: b_i \neq 0$, mengartikan bahwa variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.7.3.2 Analisis Regresi

Berganda Menurut Ghozali (2016), analisis regresi adalah studi tentang ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk memprediksi rata-rata populasi berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Hasil analisis regresi berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Persamaan analisis regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Keterangan : Y = Intention to apply

X1 = Value interest

X2 = Social value

X3 = Economic value

X4 = Development value

α = Konstanta

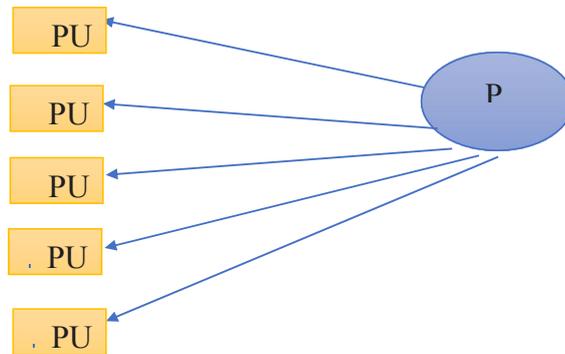
β = Koefisien regresi

e = Error

3.7.4 Model Pengukuran

Pada penelitian ini terdapat 8 *measurement* berdasarkan variabel yang diukur, yaitu:

1. *Perceived Usefulness*



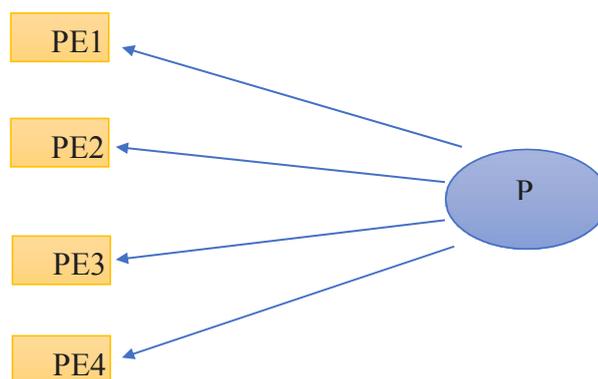
Gambar 3. 9 *Perceived Usefulness*

(Sumber: Data Primer Penelitian)

Berdasarkan gambar 3.9 terdapat 5 indikator yang mewakili variabel

Perceived Usefulness pada penelitian ini.

2. *Perceived Ease Of Use*



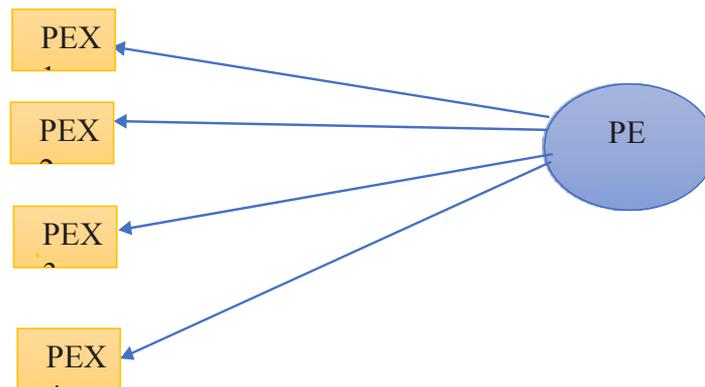
Gambar 3. 10 *Perceived Ease Of Use*

(Sumber: Data Primer Penelitian)

Berdasarkan gambar 3.10 terdapat 4 indikator yang mewakili variabel

Perceive Ease of Use dalam penelitian ini.

3. *Performance Expectancy*



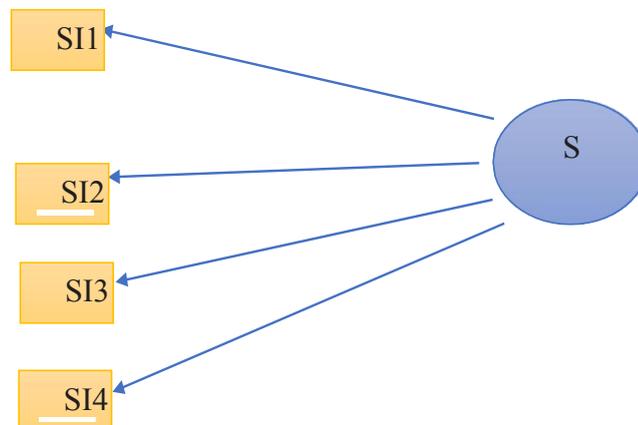
Gambar 3. 11 Performance Expectancy

(Sumber Data Penelitian)

Berdasarkan gambar 3.11 terdapat 4 indikator yang mewakili variabel

Performance Expectancy dalam penelitian ini.

4. *Social Influence*

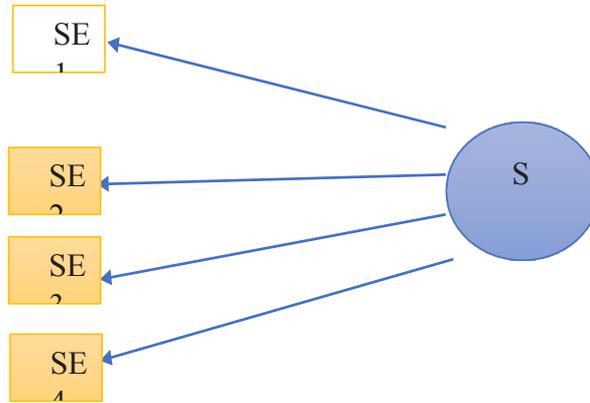


Gambar 3.12 Social Influence

(Sumber Data Penelitian)

Berdasarkan gambar 3. 12 terdapat 4 indikator yang mewakili variabel *Social Influence* dalam penelitian ini.

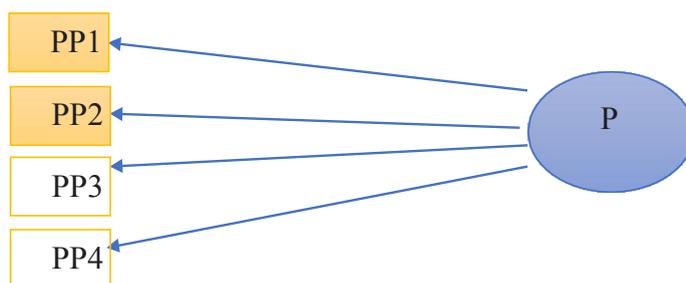
4. *Self Efficacy*



Gambar 3. 13 Self Efficacy
(Sumber Data Penelitian)

Berdasarkan gambar 3. 13 terdapat 4 indikator yang mewakili variabel *SelfEfficacy* dalam penelitian ini.

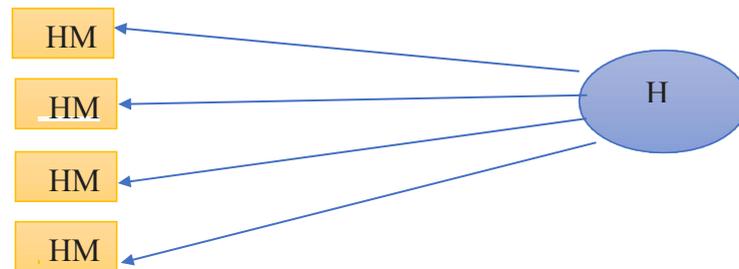
4. *Perceived Privacy Risk*



Gambar 3.14 Perceived Privacy Risk
(Sumber Data Penelitian)

Berdasarkan gambar 3. 14 terdapat 4 indikator yang mewakili variabel *Perceived Privacy Risk* dalam penelitian ini.

5. Hedonic Motivation

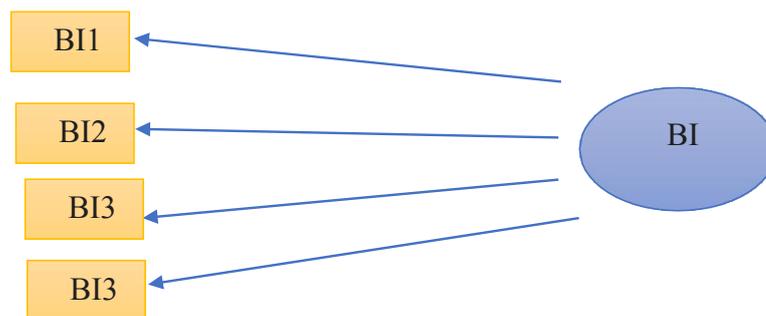


Gambar 3. 15 Hedonic Motivation

(Sumber Data Penelitian)

Berdasarkan gambar 3. 15 terdapat 4 indikator yang mewakili variabel *Hedonic Motivation* dalam penelitian ini.

6. Behaviour Intention



Gambar 3.16 Behaviour Intention

(Sumber Data Penelitian)

Berdasarkan gambar 3.16 terdapat 4 indikator yang mewakili variabel *Behaviour Intention* dalam penelitian ini.

3.8 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang penulis gunakan terbagi menjadi dua jenis, yaitu Independent variable dan Dependent variable. Definisi operasional dan alat ukur tiap variabel yang digunakan penulis, antara lain:

3.8.1 *Independent variabel*

Independent variable adalah variabel yang memberi pengaruh pada variabel dependen baik secara positif atau negative. Independent variable yang penulis gunakan, antara lain

1) *Perceived Usefulness*

Perceived Usefulness adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini, mengenai keraguan konsumen terkait pada pertanyaan yang cenderung ditanyakan kepada asumsi diri mereka sendiri bahwa apakah aplikasi ini akan membantu mereka dan apakah aplikasi tersebut dapat memenuhi ekspektasi mereka (Davis,1998). Dalam penelitian ini Variable *Perceived Usefulness* memakai skala likert 1-5.

2) *Perceived Ease Of Use*

Perceived Ease Of use berhubungan dengan konsumen percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi dengan aplikasi akan terbebas dari usaha dan kerumitan (Davis,1998) .Adanya kemudahan yang dirasakan pengguna akan memberikan suatu acuan kepada sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem aplikasi tertentu akan memberikan kemudahan bagi suatu pengguna ,aplikasi dianggap lebih mudah digunakan dari pada lainnya.

3) *Perceived Privacy Risk*

Perceived privacy risk sebagai upaya persepsi resiko privasi terkait dengan resiko Keamanan terhadap penggunaan suatu sistem aplikasi baik data privasi pengguna. (Khrisnan *et al*, 2015). Dalam penelitian ini menggunakan variabel *Perceived Privacy Risk* skala menggunakan likert 1-5.

4) *Social Influence*

Social influence memiliki pengaruh kepada sosial ataupun lingkungan sekitar agar dapat diartikan sebagai suatu perubahan dalam hal pikiran kemudian perasaan ,serta sikap atau perilaku seseorang yang dihasilkan dari interaksi antar lingkungan (Raven,1955).Dalam penelitian ini menggunakan Variabel *Social influence* skala menggunakan likert 1-5.

5) *Self Efficacy*

Self efficacy adalah suatu pernyataan mengenai seseorang akan kemampuannya untuk melakukan tindakan-tindakan yang sekiranya diperlukan untuk mendapatkan suatu keinginan. (Thakur,2018). Dalam penelitian ini menggunakan Variabel *Self Efficacy* skala menggunakan likert 1-5.

6) *Performance Expectancy*

Performance Expectancy menjelaskan konsumen mempunyai ekspektasi akan aplikasi tersebut akankah memberikan keuntungan konsumen dalam pemanfaatan kinerja aplikasi digital .(Venkatesh et

al.,2003). Dalam penelitian ini menggunakan variabel Performance Expectancy skala menggunakan likert 1-5.

7) *Hedonic Motivation*

Munculnya motivasi belanja hedonis berdasarkan perilaku yang terkait dengan kesenangan ,hiburan.fantasi dan sensori aspek stimuli konsumsi. Niat untuk membeli dalam penelitian perilaku konsumen .(Babin et al,1994). Dalam penelitian ini menggunakan Variabel Hedonic motivation skala menggunakan skala likert 1-5.

3.8.1.2 *Dependent variable*

Sekaran & Bougie (2016) menjelaskan pengertian dependent variable adalah variabel yang dipilih karena berkaitan dengan minat peneliti. Dependent variabel dalam penelitian ini adalah behaviour intention berhubungan dengan niat perilaku di definisikan sebagai kemauan dan niat individu untuk melakukan perilaku tertentu. (Keong,2012). Behavioural Intention juga diartikan Sebagai perilaku dan kebiasaan sehari-hari sikap konsumen dalam memiliki suatu niat dan keinginan untuk menggunakan jasa secara terus menerus. Dalam penelitian ini variabel Behaviour Intention menggunakan skala likert 1-5.

3.9. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala pengukuran likert 5 poin, pertanyaan atau indikator diukur menggunakan skala likert angka 1 sampai 5. Angka 1 menunjukkan sikap responden yang sangat tidak setuju, sedangkan angka

5 menunjukkan sikap responden yang sangat setuju terhadap pernyataan yang tertera pada kuesioner. Definisi variabel beserta indikator penelitian ini akan dijabarkan melalui tabel operasionalisasi variabel penelitian di bawah.

No	Variabel	Definisi	Kode	Measurement	Referensi	Skala
1	Perceived usefulness	<i>Perceived Usefulness</i> adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini, mengenai keraguan konsumen terkaot pada pertanyaan yang cenderung ditanyakan kepada asumsi diri merka sendiri bahwa apakah aplikasi ini akan membantu mereka dan apakah aplikasi tersebut dapat memenuhi ekspektasi mereka (Davis, 1998).	PU1	Menurut saya menggunakan aplikasi Alodokter akan mengontrol kesehatan saya lebih besar	Davis (1998)	Likert 1-5
			PU2	Menurut saya menggunakan aplikasi Alodokter akan mempermudah fokus pengelolaan diri akan kesehatan		
			PU3	Menurut saya dengan menggunakan aplikasi Alodokter akan membuat informasi kesehatan lebih mudah di akses		
			PU4	Menurut saya menggunakan aplikasi Alodokter akan memungkinkan menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan kesehatan lebih cepat		
			PU5	Menurut saya secara keseluruhan, saya menemukan aplikasi Alodokter berguna dalam kehidupan sehari-hari		
2	Perceived ease of use	<i>Perceived Ease Of use</i> berhubungan dengan konsumen percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi dengan aplikasi akan terbebas dari	PE1	Menurut saya menggunakan aplikasi Alodokter akan mudah bagi saya untuk mencari informasi kesehatan	Davis (1998)	Likert 1-5

		usaha dan kerumitan (Davis,1998)	PE2	Saya akan menemukan interaksi dengan dokter lebih mudah pada aplikasi Alodokter		
			PE3	Saya dapat dengan mudah dalam menggunakan aplikasi Alodokter		
			PE4	Menurut saya akan mudah untuk mengingat bagaimana menggunakan aplikasi Alodokter		
3.	Performance expectancy	<i>performance expectancy</i> menjelaskan Konsumen mempunyai ekspektasi akan aplikasi tersebut apakah memberikan keuntungan konsumen dalam pemanfaatan kinerja aplikasi digital (Venkatesh <i>et al.</i> , 2003).	PEX1	saya akan merasakan kemudahan dengan menggunakan aplikasi Alodokter dalam kehidupan sehari-hari saya	Venkatesh, et al (2003)	<i>Likert1-5</i>
			PEX2	Menurut saya menggunakan aplikasi kesehatan Alodokter dapat meningkatkan peluang saya untuk mencapai kesehatan yang lebih baik		
			PEX3	Menurut saya menggunakan aplikasi Alodokter membantu saya memantau kesehatan lebih efisien		
			PEX4	Menurut saya menggunakan aplikasi Alodokter akan meningkatkan kemampuan saya untuk bertanggung jawab akan kesehatan saya		
			PEX5	secara keseluruhan, saya akan menemukan aplikasi Alodokter bermanfaat		
4	Sosial influence	<i>Social influence</i> pengaruh sosial didefinisikan sebagai perubahan dalam pikiran perasaan, sikap atau perilaku seseorang yang dihasilkan dari interaksi lingkungan (Raven, 1955).	SI1	Menurut saya orang-orang disekitar saya yang menggunakan aplikasi Alodokter terlihat lebih bugar dan lebih sehat daripada	Raven (1995)	<i>Likert1-5</i>

				mereka yang tidak		
			SI2	Menurut saya orang yang menggunakan aplikasi Alodokter memiliki tingkat kebugaran yang lebih tinggi		
			SI3	orang-orang yang memengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan aplikasi Alodokter		
			SI4	Menurut teman-teman saya merekomendasikan bahwa saya harus menggunakan aplikasi Alodokter		
5	Self efficacy	<i>Self-efficacy</i> adalah pernyataan seseorang akan kemampuannya untuk melakukan tindakan-tindakan yang diperlukann untuk mendapatkan hasil yang diinginkan (Thakur, 2018).	SE1	Menurut saya mudah bagi saya untuk mengatur sendiri kondisi kesehatan saya dengan menggunakan aplikasi Alodokter	Thakur (2018)	<i>Likert1-5</i>
			SE2	Menurut Saya menggunakan aplikasi Alodokter memberikan kemampuan untuk memantau sendiri kondisifisik saya		
			SE3	Saya dapat menggunakan aplikasi Alodokter untuk memantau fisik saya sendiri tanpa banyak usaha		
			SE4	Menurut saya fitur-fitur pada aplikasi Alodokter mudah saya pahami untuk memantau kesehatan saya		
6	Perceived privacy risk	<i>Perceived privacy risk</i> sebagai upaya persepsi resiko privasi terkait dengan resiko Keamanan terhadap penggunaan suatu sistem aplikasi baik data privasi	PP1	Menurut saya menggunakan aplikasi Alodokter dapat menyebabkan saya kehilangan kendali	Krishnane et al(2015)	<i>Likert1-5</i>

		pengguna. (Khrisnan <i>et al</i> , 2015)		privasi informasi saya		
			PP2	Menurut saya mendaftar dan menggunakan aplikasi Alodokter dapat menyebabkan kerugian privasi bagi saya karena informasi pribadi saya bisa digunakan tanpa sepengetahuan saya		
			PP3	Menurut saya jika sayamenggunakan aplikasi Alodokter peretas internet (penjahat/hackers) memungkinkan memegang kendali akan informasi diri saya		
			PP4	Menurut saya Penggunaan aplikasi Alodokter dapat menyebabkan saya kehilangan kendali privasi informasi saya		
			PP5	Menurut saya Penggunaan aplikasi Alodokter dapat menyebabkan saya kehilangan kendali privasi informasi saya		
7	Hedonic motivation	Muncul nya motivasi belanja hedonis berdasarkan perilaku yang terkait dengan kesenangan,hiburan, fantasi, dan sensori aspek stimuli konsumsi (Babin <i>et al</i> , 1994).	HM1	Menurut saya menggunakan Aplikasi Kesehatan Alodokter menyenangkan	Babin, et al (1994)	Likert1-5
			HM2	Menurut saya menggunakan Aplikasi kesehatan Alodokter memberikan manfaat		
			HM3	Menurut saya menggunakan Aplikasi kesehatan Alodokter memberikan kepuasan		
			HM4	Menurut saya menggunakan Aplikasi kesehatan Alodokter memberikan kemudahan dan kebahagiaan		

8	Behaviour intention	<i>Behaviour intention</i> berhubungan dengan niat perilaku didefinisikan sebagai kemauan dan niat individu untuk melakukan perilaku tertentu (keong, 2012).	BI1	Menurut saya dengan menggunakan aplikasi Alodokter saya dapat mencari informasi kesehatan, obat, dokter sendiri		<i>Likert 1-5</i>
			BI2	Menurut saya, saya bisa merasakan dengan menggunakan aplikasi Alodokter saya mampu mengatur diri saya terhadap kesehatan diri		
			BI3	Menurut saya dengan menggunakan aplikasi Alodokter saya dapat merawat kesehatan diri saya		
			BI4	Menurut saya, Saya berencana untuk sering menggunakan aplikasi kesehatan Alodokter		

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel