

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ELEKTRONIK DAN KUALITAS INFORMASI
APLIKASI *MOBILE* ALODOKTER TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA PADA
MAHASISWA FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS RIAU**

Oleh : Dana Prasetyo

Pembimbing : Evawani Elysa Lubis, M.Si

Konsentrasi Hubungan Masyarakat – Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Alodokter's mobile application is one of the best online service providers in Indonesia that provides health service. One of them is to provide the quality of online-based services and the best quality of information to consumers. Both of these methods are stated to be able to make consumers not move to other parties and provide user satisfaction for consumer. This research is based on the stimulus-response theory that describes communication as a simple process of action and reaction, starting from the stimulus and ending with a response. The purpose of this study is to determine whether there is an influence quality of electronic service and the quality of information on alodokter mobile applications to user satisfaction on students of the Faculty of Medicine, University of Riau. The method used in this study is the quantitative explanatory method. The data collection technique in this study uses a questionnaire with a sample of 174 respondents taken based on the accidental random sampling technique. To find out whether there is an influence of independent variables on the dependent variable, the researcher uses multiple linear regression analysis, t test, F test and coefficient of determination test with the help of SPSS version 20. Based on multiple linear regression analysis, the research regression equation is $Y: 1,963 + 0,083X_1 + 0,175X_2$. Through the t test and F test, the significance value for each test is smaller than $\alpha = 0.05$. The coefficient of determination test in the result is 62, 2% which is in the high category. Wich meanss there is high influence quality of electronic service and the quality of information on alodokter mobile applications to user satisfaction on students of the Faculty of Medicine, University of Riau.

PENDAHULUAN

Kualitas layanan merupakan sesuatu yang wajib dan harus selalu dikedepankan oleh setiap para pelaku bisnis, pelayanan yang diberikan dengan kualitas yang baik akan membuat konsumen memberikan respon positif terhadap perusahaan, baik dalam pelayanan jasa maupun produk

kualitas layanan merupakan salah satu bentuk produk perusahaan berupa tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain atau pelanggan yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) namun hasilnya bisa dirasakan oleh pelanggan.

New media merupakan hasil dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju yang bersifat baru dan digital, dengan fitur andalannya yakni internet, membuat aliran informasi dan komunikasi semakin cepat berpindah dari satu sumber kepada khalayak luas, hal ini pula yang semakin dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya ke arah digital atau *online*.

Perusahaan yang mengembangkan usahanya ke dunia virtual ialah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, karena hanya mengedepankan layanan berbasis *online* atau *E-servqual* dan tidak bisa bertemu secara langsung dengan pelanggannya.

Menurut Prasuraman (dalam Khalil, 2011: 6), *E-service quality is defined broadly to encompass all phase of a customer's interaction with a Web site: The extent to which a website facilitates efficient and effective shopping, purchasing and deliver*".

Jadi, kualitas pelayanan elektronik didefinisikan secara luas untuk mencakup semua tahapan dari interaksi yang konsumen lakukan melalui situs web, yaitu sejauh mana situs web dapat memfasilitasi pembelian yang efisien dan efektif, pembelian dan pengiriman. Secara umum, Kualitas pelayanan khususnya pelayanan elektronik didefinisikan sebagai layanan pelanggan yang interaktif dengan berbasis internet yang didukung oleh penyedia layanan, yang bertujuan untuk memperkuat hubungan antara konsumen dengan penyedia layanan.

Wolfinger dan Gilly (dalam Li dan Liu : 4) dalam artikelnya yang berjudul "*Measurement of E-Service Quality: An Empirical study On Online Travel Service*" mengemukakan sembilan dimensi kualitas layanan elektronik yang terdiri dari tujuh perspektif perusahaan dan dua perspektif konsumen, diantaranya yaitu: mudah digunakan, desain website, keandalan, ketersediaan sistem, privasi, daya tanggap, empati, pengalaman dan percaya.

Dalam dunia virtual selain kualitas layanan elektronik, ada hal utama lagi yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam mengembangkan usahanya yaitu, informasi yang disediakan oleh sebuah media *online* seperti website haruslah informasi yang memang benar adanya tanpa ada kebohongan dan keraguan didalamnya.

Menurut Nengah *et al* 2007 dalam (Jogiyanto, 2007: 17) menjelaskan bahwa kualitas informasi adalah suatu fungsi yang menyangkut nilai dari keluaran informasi yang dihasilkan oleh sistem. Jadi informasi yang dikeluarkan oleh suatu media *online* haruslah informasi yang memang benar adanya dan mempunyai

nilai dan manfaat tersendiri bagi para penggunanya.

Jogiyanto (2007: 10) menjelaskan bahwa kualitas informasi terdiri dari tiga hal yakni : (a) Akurat, (b) Tepat pada waktunya, (c) Relevan.

Definisi kepuasan tidak bisa lepas dari *chameleon effects* yang berarti definisi dari kepuasan sangat bervariasi antar individu dan antar situasi. Rangkuti (2006: 30) menjelaskan bahwa salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa. Dari pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa salah satu penentu kepuasan pelanggan yakni berasal dari kualitas layanan yang diberikan.

Menurut Jogiyanto (2007: 23) "Kepuasan pengguna adalah respon pemakai terhadap penggunaan keluaran sistem informasi", ini merupakan sikap afektif terhadap perangkat lunak aplikasi tertentu oleh seseorang yang berinteraksi secara langsung dengan komputer. Adapun dimensi kepuasan pengguna yang dikemukakan oleh Kotler (2009: 138) diantaranya yakni: kepuasan psikologis dan kepuasan fungsional.

Menurut data yang penulis dapat dari survey yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2018, pengguna internet di Indonesia sebanyak 171,17 juta jiwa, dari total populasi 264,16 juta jiwa. Sedangkan untuk perangkat yang digunakan oleh pengguna internet melalui *mobile* yaitu 93,9 % mengakses internet setiap hari, sedangkan yang menggunakan komputer adalah 9% setiap hari. Dengan data yang menunjukkan angka pengguna yang besar pada pemakaian internet lewat *mobile* atau *smartphone*, perusahaan akan memanfaatkan kesempatan ini untuk menggunakan strategi *mobile* dengan

mengembangkan usahanya dengan menciptakan sebuah aplikasi *mobile*.

Gambar 1. 1 Perangkat penggunaan internet



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018) (<https://apjii.or.id/survei2018s/download>)

Sebagai perusahaan dengan pertumbuhan tercepat se-Asia tenggara, pada tahun 2016 alodokter meluncurkan terobosan baru dengan meluncurkan alodokter dalam bentuk aplikasi *mobile*.

Dengan meluncurkan alodokter versi aplikasi *mobile*, pelanggan/pengguna dapat dengan mudah dan cepat dalam berselancar didunia virtual dalam mencari informasi kesehatan dan berkomunikasi dengan tim dokter maupun dengan perusahaan yang selalu *online* 24 jam setiap harinya. Untuk pertanyaan yang diajukan pengguna kepada tim dokter dapat dijawab dalam kurun waktu 10 menit. Dokter sudah tersertifikasi dan merupakan anggota dari Ikatan Dokter Indonesia (IDI).

Untuk pertanyaan kepada perusahaan akan dijawab oleh call center alodokter dalam kurun waktu 24 jam, dan untuk informasi kesehatan selalu *update* setiap harinya seperti informasi obat, penyakit, tips dan artikel serta panduan gaya hidup sehat. (<https://www.google.com/amp/s/www.fina.nsialku.com/kisah-sukses-nathanael-faibis->

pendiri-alodokter-com/amp/. Diakses pada 17 Juni 2018 pukul 19.23 WIB).

Hal tersebut yang menjadi kualitas layanan dan kualitas informasi yang selalu dikedepankan oleh perusahaan ini. Saat ini banyak perusahaan yang memiliki konsep yang sama seperti alodokter, contohnya Go-Dok, halodoc, Klikdokter, dokter Diabetes dan masih banyak lagi namun alodokter mempunyai hal pembeda dengan perusahaan yang lain. Saat ini aplikasi alodokter sudah terunduh lebih dari satu juta pendownload dengan review lebih dari dua ratus dua ribu pengguna dengan rating tertinggi di kelasnya dan merupakan aplikasi di pilihan pertama muncul dalam kategori kesehatan.

Tabel 1. 1 Data Playstore

No	Aplikasi	Jumlah review	Jumlah Pengunduh	Rating
1.	Alodokter	202.690 org	1 Juta	4.7
2	Mobile JKN	59.790 org	1 Juta	4.1
3	Halodoc	11.689 org	1 Juta	4.4
4	Klikdokter	2.249 org	100 ribu	4.3
5	Dokter Diabetes	1.233 org	50 ribu	4.3

Sumber : Playstore/ Google Play/ 20.06.219./ 15.37 WIB.

Dalam penelitian ini mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Riau yang masih aktif dengan menyebarkan angket sederhana yang berisi pertanyaan singkat tentang penggunaan aplikasi alodokter. Dari data yang telah didapatkan kembali, peneliti mendapatkan mahasiswa kedokteran pengguna aplikasi sebanyak 309 mahasiswa dari 386 mahasiswa diantaranya angkatan 2015 sebanyak 67

orang, angkatan 2016 sebanyak 128 orang dan angkatan 2017 sebanyak 114 orang.

Berdasarkan pemaparan diatas pula, penulis menggunakan teori S-R sebagai acuan penelitian. Asumsi dasar dari teori S-R mengungkapkan adanya reaksi akibat dari adanya stimulus yang dalam hal ini diberikan oleh media massa.

Terdapat kaitan erat antara pesan-pesan media dengan reaksi atau respon dari khalayak. Dimana *Stimulus* (Pesan) merupakan kualitas layanan elektronik dan kualitas informasi yang ditawarkan oleh aplikasi *mobile* alodokter dan diharapkan dapat terjadinya perubahan perilaku *Response* (R) berupa *chatting*, pencarian informasi kesehatan sehingga menimbulkan kepuasan pelanggan pada mahasiswa kedokteran Universitas Riau sebagai pengguna dari aplikasi *mobile* alodokter.

Berdasarkan fenomena yang telah dijabarkan, peneliti ingin melihat bagaimana pengaruh kualitas layanan elektronik dan kualitas informasi aplikasi *mobile* alodokter terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Riau. Untuk itu penelitian ini diberi judul, yaitu: "Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik dan Kualitas Informasi Aplikasi *Mobile* Alodokter Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Riau.

TINJAUAN PUSTAKA

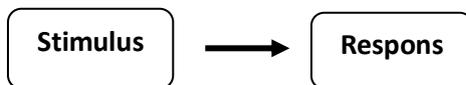
Teori Stimulus Respon

Teori S-R sebagai singkatan dari *stimulus-response* pada dasarnya mengungkapkan adanya reaksi akibat dari adanya stimulus yang dalam hal ini diberikan oleh media massa. Terdapat kaitan erat antara pesan-pesan media dengan reaksi atau respon dari khalayak.

Kata-kata verbal (lisan-tulisan), isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Proses ini sebagai pertukaran atau pemindahan informasi atau gagasan yang bersifat timbal balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek tersebut dapat mengubah tindakan komunikasi berikutnya (*communication act*).

Secara implisit, asumsi model S-R mengatakan bahwa perilaku manusia dapat diramalkan. Singkatnya, komunikasi dianggap statis, yang menganggap bahwa manusia selalu berperilaku karena kekuatan dari luar/ stimulus, bukan berdasarkan kehendak atau keinginan sendiri. Bagan model S-R adalah sebagai berikut :

Bagan 2. 1 Model S-R



Sumber: Ferrinadewi, 2008:71

Model ini kurang lebih dapat berlaku bagi dampak yang diinginkan dan yang tidak diinginkan, meskipun model itu tidak menunjukkan perbedaan antara tanggapan (yang menyiratkan adanya interaksi dengan penerima) dan reaksi (yang menyiratkan tidak adanya pilihan atau interaksi di pihak penerima). Model itu, apapun bentuknya sangat pragmatis, prediktif, ceteris paribus, tentang timbulnya reaksi (verbal atau perilaku) berdasarkan ada tidaknya rangsangan yang tepat (pesan). Model ini mengandaikan dampak yang kurang lebih langsung sejalan dengan perhatian pengirim atau tercakup dalam pesan.(dalam Ferrinadewi, 2008:71)

Kualitas Layanan

Kualitas sangat beraneka ragam dan mengandung banyak makna. Kualitas adalah sebuah kata bagi penyedia jasa yang merupakan sesuatu keharusan untuk dikerjakan dengan baik. Kata “kualitas” mengandung banyak pengertian, menurut Kamus Bahasa Indonesia, kualitas berarti:

1. Tingkat baik buruknya sesuatu;
2. Derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan, dsb) atau mutu.

Menurut Kotler (2009:169) mengatakan bahwa “*Quality is the totallity of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied need*”. “Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”.

Pengertian pelayanan dapat diartikan sebagai jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat yang dapat melampaui harapan-harapan dari pelanggan untuk kepuasan konsumen. Pelayanan yang baik harus didukung oleh kecakapan sumber daya manusia sebagai pelaksana layanan dan berhubungan langsung dengan pelanggan (Rahmayanti, 2010:12).

Sebagian besar peneliti menggunakan dimensi SERVQUAL ini untuk mengukur kualitas pelayanan jasa diberbagai sektor. Akan tetapi metode SERVQUAL ini dianggap kurang tepat jika digunakan untuk mengukur kualitas layanan elektronik, hal ini disebabkan karena terdapat tiga aspek yang membedakan antara pelayanan tradisional

dengan pelayanan secara elektronik. Tiga perbedaan tersebut yaitu;

1. Tidak adanya staff penjual (tidak ada transaksi secara tatap muka)
2. Tidak adanya barang berwujud dan
3. Pelanggan melayani dirinya sendiri.

Kualitas Layanan Elektronik

Menurut Prasuraman dalam jurnal *Online service Quality and Customer satisfaction.: A case study of Bank Islam Malaysia Berhad* (2011: 6), *E-service quality is defined broadly to encompass all phase of a customer's interaction with a Web site: The extent to which a website facilitates efficient and effective shopping, purchasing and deliver*".

Jadi, kualitas pelayanan elektronik (*electonic service quality*) didefinisikan secara luas untuk mencakup semua tahapan dari interaksi yang konsumen lakukan melalui situs web, yaitu sejauh mana situs web dapat memfasilitasi pembelian yang efisien dan efektif, pembelian dan pengiriman. Secara umum, Kualitas pelayanan khususnya pelayanan elektronik (E-Servqual) didefinisikan sebagai layanan pelanggan yang interaktif dengan berbasis internet yang didukung oleh penyedia layanan, yang bertujuan untuk memperkuat hubungan antara konsumen dengan penyedia layanan (Isnan, 2013: 16).

Wolfinger dan Gilly 2003 dalam Li dan Liu dalam artikelnya yang berjudul "*Measurement of E-Service Quality: An Empirical study On Online Travel Service*" (2009: 4) mengemukakan sembilan dimensi e-servqual yang terdiri dari tujuh perspektif perusahaan dan dua perspektif konsumen, diantaranya yaitu : 1. Mudah digunakan, 2. Desain Website, 3. Keandalan, 4. Ketersediaan Sistem, 5.

Privasi, 6. Daya Tanggap, 7. Empati, 8. Pengalaman, 9. Kepercayaan.

Kepuasan Informasi

Menurut Jogiyanto (2007: 15) mengemukakan bahwa kualitas informasi mengukur kualitas keluaran dari sistem informasi. Informasi adalah suatu fungsi yang menyangkut nilai dari keluaran informasi yang dihasilkan oleh sistem. Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi merupakan suatu pengukuran yang berfokus pada keluaran yang diproduksi oleh sistem serta nilai dari keluaran bagi pengguna.

Jogiyanto (2007: 10) menjelaskan bahwa kualitas informasi terdiri dari tiga hal yakni :

- a. Akurat,
- b. Tepat pada waktunya,
- c. Relevan.

Informasi yang dikeluarkan atau dihasilkan oleh sistem aplikasi *mobile* alodokter merupakan informasi yang berhubungan dengan informasi seputar kesehatan seperti tips, nama-nama penyakit, obat-obatan sebab akibat timbulnya penyakit, cara penyembuhan hingga informasi penting lainnya yang menyangkut tentang dunia kesehatan. Informasi yang dihasilkan harus mempunyai kualitas yang baik yang bisa dipercaya agar pengguna aplikasi merasa

puas baik secara fungsional dan psikologis.

Kepuasan Pengguna

Definisi kepuasan tidak bisa lepas dari *chameleon effects* yang berarti definisi dari kepuasan sangat bervariasi antar individu dan antar situasi. Hal tersebut yang menyebabkan tidak adanya definisi yang baku bagi istilah kepuasan, terdapat berbagai macam variabel atau dimensi yang mempengaruhi kepuasan.

Kotler (2009: 138) menyatakan bahwa kepuasan pengguna/pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pengguna dapat dilihat melalui dua dimensi yaitu:

1. Kepuasan fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu jasa
2. Kepuasan psikologis, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud.

Aplikasi Mobile

Aplikasi *mobile* merupakan sebuah aplikasi yang memungkinkan anda melakukan mobilitas dengan menggunakan perlengkapan seperti PDA, telepon seluler atau smartphone. Menurut (Buyens 2001 dalam Ramadhan dan Utomo, 2014: 48) aplikasi *mobile* berasal dari kata *application* dan *mobile*. Aplikasi yang berarti penerapan, lamaran penggunaan. Secara istilah aplikasi adalah program siap pakai yang direka untuk melaksanakan suatu fungsi bagi pengguna atau aplikasi yang lain dan dapat digunakan oleh sasaran yang dituju, sedangkan *mobile* dapat diartikan sebagai

perpindahan dari satu tempat ketempat yang lain.

Menurut Reza B'Far (dalam Ramadhan & Utomo 2014: 48) aplikasi *mobile* dapat diartikan sebagai sebuah produk dari sistem komputasi *mobile*, yaitu sistem komputasi yang dapat dengan mudah dipindahkan secara fisik dan kemampuan komputasi yang dapat digunakan saat mereka sedang dipindahkan. Contohnya adalah *personal digital assistant* (PDA). Berdasarkan jenisnya aplikasi *mobile* terbagi menjadi beberapa kelompok yaitu:

1. *Short Message Service* (SMS)
2. *Mobile Website* (Situs Web *Mobile*)
3. *Mobile Web Application* (Aplikasi *Web Mobile*)
4. *Native Application* (Aplikasi asli)

Perangkat *mobile* memiliki berbagai jenis dalam hal ukuran, desain *layout*, tetapi mereka memiliki kesamaan karakteristik yang sangat berbeda dari desktop system. Perangkat *mobile* memiliki ukuran *memory* yang kecil.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis atau tipe riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksplanatif, yang mana tipe riset eksplanatif ini dimaksudkan bagi periset yang menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yang mana data dari responden dengan menggunakan teori statistik sebagai alat pemecahan masalah yang dihadapi,

sehingga metode ini akan memberikan kepastian dalam mengambil keputusan. Sedangkan jenis penyajian data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu dari perubahan yang dapat dinyatakan dalam angka (Sony, 2004:267).

Populasi dan Sampel

Populasi

populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa kedokteran Universitas Riau angkatan yang masih aktif yakni dari angkatan 2015 - 2017.

Sampel

Dalam penelitian ini sampel diambil yakni dari mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Riau sebanyak 309 dari 386 mahasiswa, diantaranya angkatan 2015 sebanyak 67 orang, angkatan 2016 sebanyak 128 orang dan angkatan 2017 sebanyak 114 orang.

jumlah populasi diketahui maka untuk menentukan ukuran sampel yang cukup besar dari populasi maka digunakan rumus Taro Yamane (Kriyantono 2014: 164) dengan total 309 responden dihitung menggunakan rumus Taro Yamane dengan presisi 5% menunjukkan hasil 173,59 dan dibulatkan menjadi 174 responden. Metode penarikan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*.

Teknik Pengukuran Data

Pengukuran adalah upaya pemberian tanda angka atau bilangan pada suatu objek atau peristiwa dengan aturan-aturan tertentu. Pengukuran adalah upaya dalam memberikan nilai-nilai pada variabel (Kriyantono, 2009:133). Pada penelitian ini digunakan *Skala Likert* untuk mengukur data dari responden. Skala Likert

digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini memakai uji validitas konstruk, dimana uji validitas konstruk merupakan uji validitas yang secara sederhana dapat dikatakan merupakan upaya menghubungkan suatu instrumen pengukuran dengan keseluruhan kerangka kerja teoritis untuk memastikan bahwa pengukuran yang dilakukan memiliki hubungan logis dengan konsep lainnya (Morissan, 2012: 103).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner (Kriyantono, 2009: 145).

Uji Asumsi Linear Berganda

Terdapat beberapa uji persyaratan (asumsi) yang harus dilakukan sebelum menggunakan uji regresi linear berganda. Asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam regresi berganda adalah uji normalitas residual, linearitas dan uji asumsi klasik (Suryani dan Hendryadi, 2015: 318).

1. Uji Normalitas residual

Uji normalitas residual dilakukan sebagai syarat analisis parametrik dengan pertimbangan normal tidaknya distribusi data residual (Suryani dan Hendryadi, 2015: 319). Apabila berdistribusi normal, maka analisis parametrik seperti analisis regresi dapat dilakukan.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 3.6 Terlihat bahwa nilai *Asimp*.

Sig (2-tailed) sebesar 0,75. Hasil ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwasanya data berdistribusi normal.

Tabel 3. 1 Uji Normalitas Residual

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	174
<i>Asimp. Sig (2-tailed)</i>	0,75

Sumber: *Olahan Peneliti, Dana Prasetyo, 2019.*

2. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan kunci yang digunakan untuk masuk ke model regresi linear. Tujuan uji linearitas adalah untuk mengetahui apakah antara variabel independen (x) dan variabel dependen (y) mempunyai hubungan linear (Siregar, 2013: 178). Sehingga uji ini menentukan apakah kita bisa menggunakan model regresi linear sebagai alat analisis atau tidak.

Berikut merupakan hasil uji linearitas masing-masing variabel kualitas layanan elektronik dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna aplikasi.

Tabel 3. 2 Uji Linearitas

	Kualitas Layanan Elektronik	Kualitas Informasi
<i>Sig. Deviation from linearity</i>	0,085	0,174

Sumber: *Olahan Peneliti, Dana Prasetyo, 2019.*

3. Uji Asumsi klasik

Selain uji normalitas dan linearitas, asumsi penting berikutnya yang harus terpenuhi yaitu uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri dari beberapa uji yang

husus dilakukan dalam penggunaan analisis regresi berganda. Berikut merupakan asumsi-asumsi yang akan diuji dalam uji asumsi klasik:

3.1 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti ada hubungan linear diantara beberapa atau semua variabel independen dari model regresi. Sehingga uji multikolinearitas adalah pengujian untuk mengetahui apakah ada hubungan yang saling mempengaruhi diantara variabel independen.

Analisis regresi berganda yang baik adalah regresi yang terbebas dari multikolinearitas (sudarmanto, 2005: 137).

Tabel 3. 3 Uji Asumsi Klasik

Variabel	<i>Colinearity Statistic</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
Kualitas Layanan Elektronik	0,811	1,232
Kualitas Informasi	0,811	1,232

Sumber: *Olahan Peneliti, Dana Prasetyo, 2019.*

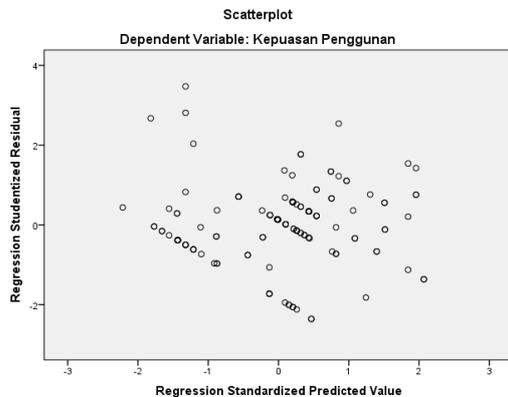
Dengan melihat nilai VIF pada tabel diatas, diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, begitu pula nilai *tolerance* yang kurang dari 0,1. Berarti variabel terbebas dari masalah multikolinearitas.

3.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena varian gangguan antara satu observasi ke observasi lain. Untuk mendeteksi adanya gejala heterokedastisitas dalam model persamaan regresi dapat menggunakan gambar/ *chart* model *scatterplot* dengan program SPSS. Model regresi akan heterokedastisitas bila data akan berpecah disekitar angka nol pada sumbu y dan

tidak membentuk suatu pola atau trend garis tertentu (Ghozali, 2013: 105).

Gambar 3. 1 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Olahan Peneliti, Dana Prasetiyo, 2019.

Berdasarkan output *scatterplot* diatas diketahui bahwa titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka nol, titik-titik tidak berkumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik tidak berpola, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan pembahasan dari penyajian data yang diperoleh penulis dari lapangan. Adapun dalam mendapatkan data, penulis menggunakan kuisisioner yang telah diberika kepada 174 mahasiswa kedokteran Universitas Riau beserta dokumentasinya dan setelah data terkumpul maka penulis mengklasifikasikan sesuai dengan permasalahan yang ada pada bab satu dan selanjutnya penulis mencari nilai frekuensi setiap jawaban yang telah diformulasikan dalam bentuk tabel.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa hubungan linear antara dua atau lebih variabel

independen terhadap satu variabel depenen.

Tabel 5. 1 Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.963	.833	
	Kualitas Layanan Elektronik	.083	.011	.563
	Kualitas Informasi	.175	.037	.248

Sumber: Olahan Peneliti, Dana Prasetiyo, 2019.

Berdasarkan tabel 5.24 diatas, nilai konstanta (a) sebesar 1,963. Kemudian koefisien regresi variabel kualitas informasi (b_1X_1) sebesar C dan variabel kualitas informasi sebesar 0,175. Dari angka-angka tersebut maka dapat dibuat persamaan regresi linier bergandanya sebagai berikut:

$$Y: 1,963+0,083+0,175X_2$$

Persamaan regresi tersebut memberikan pengertian bahwa:

- Nilai konstanta (a) sebesar 1,963, menunjukkan besarnya kepuasan pelanggan saat nilai kualitas layanan (X_1) dan kualitas informasi (X_2) sama dengan nol (0).
- Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,083 menunjukkan besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien ini bernilai positif, sehingga bila kualitas informasi konstan maka kenaikan kualitas layanan akan mengakibatkan kenaikan nilai kepuasan pelanggan akan sebesar 0,083.
- Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,175 menunjukkan besar pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna.

Bila kualitas informasi ditingkatkan dan kualitas layanan konstan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,175.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas.

Tabel 5.25 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789 ^a	.622	.603	1.635

Sumber: Olahan Peneliti, Dana Prasetyo, 2019.

Berdasarkan tabel 5.25 diatas dapat diketahui bahwa angka koefisien determinasi adalah 0,622. Angka ini memberikan pengertian bahwa pengaruh variabel kualitas layanan (X_1) dan kualitas informasi (X_2) terhadap kepuasan pelanggan mobile application alodokter (Y) adalah 62,2%. Bila ditafsirkan, maka nilai koefisien tersebut berada pada kategori pengaruh kuat.

Dengan demikian, sebanyak 62,2% kepuasan pelanggan yang terjadi dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel kualitas layanan dan kualitas informasi.

Uji t

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu variabel

kualitas layanan elektronik (X_1) terhadap Kepuasan Pengguna (Y), dan variabel kualitas informasi (X_1) terhadap kepuasan pengguna (Y).

a. Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Mahasiswa

Tabel 5. 2 Hipotesis Variabel Pengendalian Internal

Hipotesis	t hitung	t tabel	Signifikan	Alpha	Keterangan
H1	8.637	1,653	0,000	0,05	Diterima

Sumber: Data Olahan Peneliti, Dana Prasetyo 2019.

Berdasarkan data olahan diatas diketahui $t_{hitung} = 8.637$, $t_{tabel} = 1,653$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Ini berarti variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, kesimpulannya H_a diterima. Dari uraian uji variabel dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Kualitas layanan elektronik (X_1) aplikasi mobile alodokter memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y) pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Riau dengan nilai t hitung 8,637 dan taraf signifikansi 0,000 yang memenuhi kriteria hipotesis pertama.

b. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Mahasiswa

Tabel 5. 3 Hipotesis Variabel Pengendalian Internal

Hipotesis	t hitung	t tabel	Signifikan	Alpha	Keterangan
H2	3.8	1,653	0,000	0,05	Diterima

63 65 0 05 ma
3

Sumber: Olahan Peneliti, Dana Prasetiyo, 2019.

Berdasarkan data olahan diatas diketahui $t_{hitung} = 3.863$, $t_{tabel} = 1,653$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Ini berarti variabel kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, kesimpulannya H_a diterima. Dari uraian uji diatas dapat ditarik kesimpulan berikut:

Kualitas informasi (X2) aplikasi *mobile* alodokter memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y) pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Riau dengan nilai t_{hitung} 3,863 dan taraf signifikansi 0,000 yang

Uji F

Uji statistik f digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. 4 Uji Simultan F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	350.311	2	166.165	73.331	.000 ^b
Residual	332.381	156	2.359		
Total	682.692	164			

Sumber: Olahan Peneliti, Dana Prasetiyo, 2019.

Dari tabel diatas didapatkan nilai F hitung adalah 73,331 dan nilai signifikansi

F hitung adalah 0,000 . nilai signifikansi F hitung kemudian dibandingkan dengan menggunakan taraf signifikansi penelitian 5% ($\alpha = 0,05$). Hasilnya, nilai signifikansi F hitung lebih kecil daripada 0,05 yang berarti bahwa H_3 diterima. Hal ini berarti variabel kualitas layanan dan kualitas informasi secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa kedokteran Universitas Riau.

Pembahasan

Pada pemaparan sebelumnya, telah didapat bahwa penelitian ini memiliki signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari probabilitas 0,05. Maka disimpulkan bahwa H_a diterima yakni terdapat pengaruh antara kualitas layanan elektronik dan kualitas informasi aplikasi *mobile* alodokter terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa kedokteran Universitas Riau. Dimana ini berarti setelah responden diterpa oleh kualitas layanan elektronik berupa *chatting* dan informasi seputar kesehatan pada aplikasi alodokter menimbulkan respon berupa kepuasan secara fungsional dan psikologis pada mahasiswa kedokteran bahwa aplikasi ini baik untuk digunakan.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, maka dapat dipastikan bahwa kualitas layanan elektronik dan kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa kedokteran. Dan apa yang diungkapkan pada teori stimulus Response dimana menjadi pijakan penulis pada penelitian ini telah terbukti, yakni telah terjadi rangsangan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *mobile* alodokter, maksudnya disini yang menjadi stimulus adalah kualitas layanan elektronik dan kualitas informasi berupa layanan *chatting*

dan informasi kesehatan yang beredar dalam aplikasi alodokter.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil analisis yang ditemukan pada penelitian pengaruh kualitas layanan elektronik dan kualitas informasi *mobile application* Alodokter terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Riau dan merupakan hasil dari pengolahan data regresi linear berganda, yang mana menggunakan program SPSS 20for windows, menunjukkan hasil sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 1,963 + 0,083X_1 + 0,175X_2$. Bilangan konstanta (a) sebesar 1,963 dan koefisien variabel X_1 sebesar 0,083 dan X_2 sebesar 0,175. Sementara itu t hitung 8,637 dan 3,863 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,653, dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu H_a terdapat pengaruh yang cukup besar (sedang) antara kualitas layanan elektronik (X_1) dan kualitas informasi (X_2) terhadap kepuasan pengguna (Y). Maka artinya H_a diterima H_o ditolak.
- b. Berdasarkan tabel "Model Summary" tersebut memperlihatkan bahwa nilai $R = 0,789$ dan koefisien determinasi (R_{square}) adalah sebesar 0,622 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi $0,789 \times 0,789$. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel kualitas layanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 62,2% dengan kategori KUAT. Sementara sisanya sebesar 37,8% dipengaruhi oleh

variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Artinya kualitas layanan dan kualitas informasi *mobile application* Alodokter memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Riau, dan besarnya pengaruh dengan kategori KUAT sebesar 62,2%

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Budi Perbayu, Sentosa dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPS*. Yogyakarta: Andi Offset
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Freddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I (Edisi Ke-12)*. Jakarta : PT INDEKS.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. 2007. *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- _____. 2014. *Teori Public Relation Perspektif Barat dan Lokal*. Jakarta: Kencana
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.

- Nazir, Moh. 2000. *Metode Penelitian*. Cetakan Kelima. Jakarta :Ghalia Indonesia.
- Nugroho, Bhuono Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi
- Rahmayanti, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Ridwan. 2010. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta
- Rusady, Ruslan. 2004. *Public Relation, Edisi Revisi ke-2*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Simamora, Bilson. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sudarmanto, Gunawan R. 2005. *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta; Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sumarsono, Sonny. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunyoto, Danang. 2010. *Uji Khi Kuadrat dan Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta; Graha Ilmu.
- Sutabri, Tata. 2012. *Analisis Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Suryani dan Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif; Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta; Kencana.
- Tjiptono, Fandy. Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2003. *Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____ 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : ANDI
- Wisudawati, Gede Agung Ary. 2013. *Kepuasan Pengguna: Berdasarkan Dari Beberapa Sumber*. Academia.
- Internet**
- <https://www.alodokter.com>
- <https://www.google.com/amp/s/www.finansialku.com/kisah-sukses-nathanael-faibis-pendiri-alodokter-com/amp/>
- <https://gawaisehat.com/2016/10/19/review-alodokter-aplikasi-untuk-chatting-dengan-dokter/> . \
- <http://youtu.be/Gmsxjv2uec>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018)*
(<https://apjii.or.id/survei2018s/download>)
- Jurnal :**
- Ariefin Isnaini, Muhammad. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Online Reservation Ticket Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Skripsi : Universitas Diponegoro
- Hongxiu Li, Reima Suomi. 2009. *A Proposed Scale For Measuring E-Service Quality*. *International Journal of Computer Science, Finland*. Vol 2, No 1
- Hongxiu Li, Yong Liu and Reima Suomi. *Measurement of E-Service Quality: An Empirical Study on Online Travel Service*. *International Journal of Computer Science, Finland*.
- Mohammed Khalil, Khalil. 2011. *Online service Quality and Customer satisfaction: A case study of Bank Islam Malaysia Berhad*. *International Journal of University Science Islam Malaysia*
- Fanny Aulia Putri. 2014. *Opini Siswa Terhadap Cyberbully di Media Sosial*. Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, Medan.

- Ramadhan, Taufik dan Utomo, Victor G. 2014. *Rancang Bangun Aplikasi Mobile Untuk Notifikasi Jadwal kuliah Berbasis Android: Studi Kasus STMIK Provisi Semarang*. Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi. Volume 5 no 2. STMIK Provisi Semarang.
- Venny Destasia Ardi. 2017. *Pengaruh Kualitas Online Mobile Aplikasi Traveloka terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Komunitas Backpacker Dunia*. Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Ilmu Pemerintahan Universitas Riau