

Bab II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Mobile health (mHealth)*

Mobile Health (mHealth) telah didefinisikan secara ringkas sebagai layanan kesehatan yang disampaikan melalui perangkat komunikasi *mobile* (Whittaker, 2012). *mHealth* adalah perawatan kesehatan apa pun yang didukung oleh teknologi nirkabel atau perangkat seluler. Aplikasi *mHealth* dapat membantu penyedia layanan kesehatan dalam memantau kondisi klinis pasien, mendidik mereka pada pemantauan diri, dan memperkuat kepatuhan pengobatan (Salgado et al., 2020). Aplikasi *mHealth* juga dapat mendukung berbagai fungsi medis, termasuk perhitungan dosis obat, referensi klinis, akses rekam medis, dan dukungan pengambilan keputusan klinis. Selain itu, aplikasi *mHealth* dapat membantu mengurangi frekuensi kunjungan rumah sakit yang tidak perlu bagi pasien, sehingga mengurangi mobilitas pasien. Aplikasi *mHealth* juga mendukung alur kerja manajemen, berbagi catatan kesehatan, dan menyimpannya serta memungkinkan praktik medis yang lebih efisien dan efektif (Marbough et al., 2022).

2.1.2 *Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT2)*

Penerimaan dari suatu sistem informasi yang baru dipengaruhi beberapa faktor. Teori yang mempelajarinya salah satunya adalah UTAUT, dengan UTAUT ini akan diketahui perspektif konsumen terkait penggunaan *eHealth (platform layanan kesehatan digital)* yang diterapkan oleh perusahaan (Alharbi, 2021).

Teori UTAUT merupakan model penerimaan teknologi yang diinisiasi oleh Venkatesh et al. (2003), yang menyatukan delapan model penerimaan teknologi yang sebelumnya sudah ada yaitu: *Theory of Reasoned Action (TRA)*; *Technology Acceptance Model (TAM)*; *Motivational Model (MM)*; *Theory of Planned Behaviour (TPB)*; *Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB)*; *Personal Computer Utilization Model (PCUM)*, *Innovation Diffusion Theory (IDT)*; and *Social Cognitive Theory (SCT)*.

Perkembangan selanjutnya dilakukan oleh Venkatesh et al. (2012) dengan UTAUT2, UTAUT2 fokus pada variabel eksternal yang memengaruhi perilaku pelanggan dengan tujuh faktor sebagai berikut: *performance expectancy/PE* (ekspektasi kinerja), *effort*

expectation (ekspektasi upaya), *social influence* (pengaruh sosial), *facilitating condition* (kondisi yang memfasilitasi), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), *price value* (nilai harga), *habit* (kebiasaan) (Yuwono & Ellyawati, 2022). Variabel dari UTAUT2 yang diambil dalam penelitian kali ini adalah ekpektasi kinerja, ekspektasi upaya, kondisi yang memfasilitasi serta nilai harga.

Performance expectancy (ekspektasi kinerja) adalah saat ketika seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya untuk mencapai keuntungan atau memudahkan dalam aktivitas pekerjaannya. *Performance expectancy* berkaitan dengan lima model yang berbeda sebagai berikut: *perceived usefulness* (TAM/TAM2 and C-TAM-TPB), *extrinsic motivation* (MM), *job-fit* (MPCU), *relative advantage* (IDT), and *outcome expectations* (SCT) (Venkatesh et al., 2003). *Effort expectation* (ekspektasi upaya) adalah tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem atau teknologi oleh konsumen. *Effort expectancy* adalah pengembangan dari *perceived ease of use* (TAM/TAM2), *complexity* (MPCU), and *ease of use* (IDT) (Venkatesh et al., 2012).

Facilitating condition (kondisi yang memfasilitasi) adalah saat dimana seorang individu percaya bahwa ada infrastruktur organisasi dan teknis yang mendukung penggunaan sistem. *Facilitating condition* sebagai komponen inti dari *perceived behavioral* yang dirasakan di TPB/DTPB *perceived behavioral control* (TPB/DTPB, C-TAM-TPB), *facilitating conditions* (MPCU), and *compatibility* (IDT) (Venkatesh et al., 2003). *Price value* (nilai harga) didefinisikan sebagai perbandingan antara manfaat yang dirasakan dari aplikasi dan biaya moneter untuk menggunakannya. Nilai harga positif ketika manfaat menggunakan teknologi dianggap lebih besar daripada biaya moneter dan nilai harga tersebut memiliki dampak positif pada niat (Venkatesh et al., 2012).

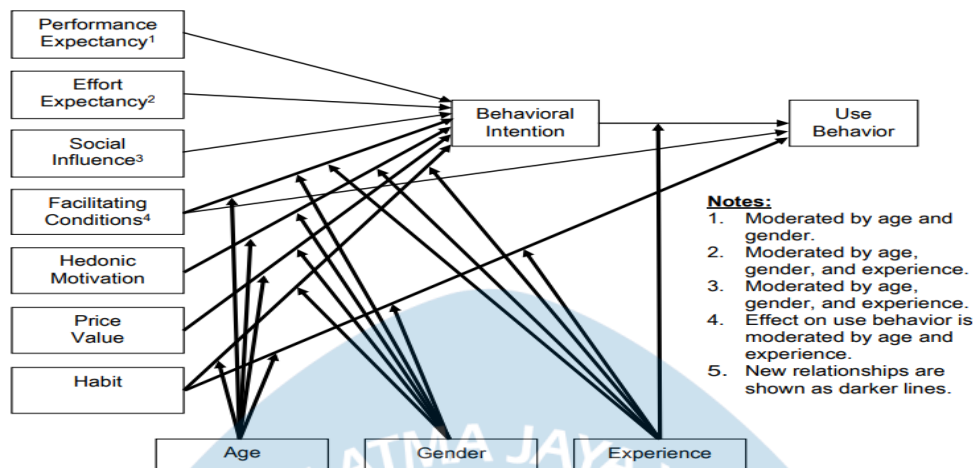


Figure 1. Proposed Model: UTAUT2

Gambar 2.1 Model UTAUT2

2.1.3 The D&M IS success model

The D&M IS success model yang diperbarui memiliki 6 dimensi kesuksesan sebagai berikut: *system quality* (kualitas sistem) digunakan untuk mengukur karakteristik yang diinginkan dari sistem yang terdiri dari kemampuan beradaptasi, kegunaan, ketersediaan, keandalan, dan waktu merespons. *Information quality* (kualitas informasi) adalah dukungan penyedia layanan seperti kecepatan penanganan saat ada masalah dalam konten aplikasi, personalisasi konten web, kelengkapan, relevansi, mudah dipahami dan keamanan dari layanan (personalisasi). *Service quality* (kualitas layanan) didefinisikan sebagai keseluruhan dukungan yang diberikan oleh penyedia layanan, berlaku terlepas dari apakah dukungan ini diberikan oleh departemen sistem informasi (IT), unit organisasi baru, atau dialihdayakan ke penyedia layanan internet, dukungan pengguna yang buruk akan menyebabkan kehilangan pelanggan dan kehilangan penjualan. *Use* (penggunaan) digunakan untuk mengukur sifat penggunaan, dari mulai kunjungan ke situs web, navigasi di dalam situs, pengambilan informasi untuk melaksanakan transaksi. *Satisfaction* (kepuasan pengguna) digunakan untuk mengukur pendapat pengguna tentang sistem seperti penggunaan berulang, penggunaan sistem dan kepuasan penyelesaian tugas. *Net benefit* (manfaat) adalah ukuran keberhasilan yang mengukur dampak positif dan negatif dari penggunaan sebuah sistem contohnya adalah penghematan biaya, memperluas jangkauan pasar, mengurangi biaya pencarian, dan menghemat waktu (DeLone & McLean, 2003).

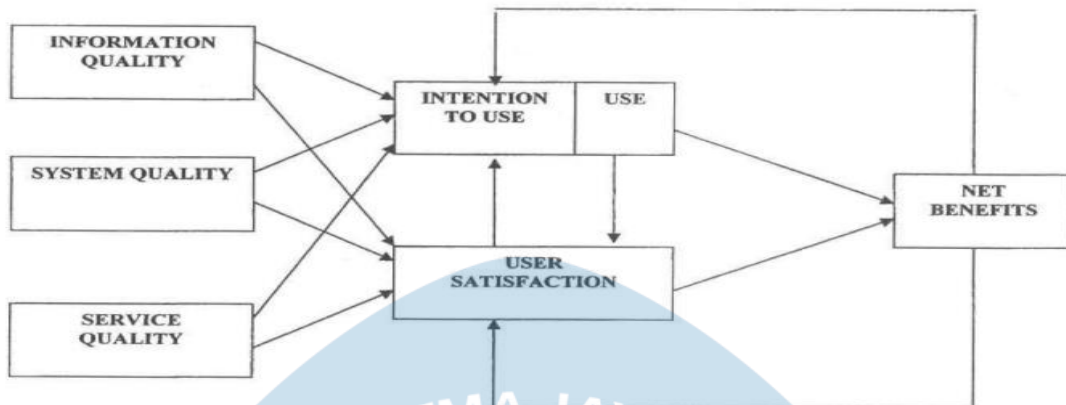


Figure 3. Updated D&M IS Success Model

Gambar 2.2 Updated D&M IS Success Model

2.1.4 *Internet customer trust model*

Jarvenpaa et al. (2000) memelopori teori kepercayaan tentang niat perilaku. Di dalam konteks pelayanan medis kepercayaan adalah elemen yang menentukan dalam setiap hubungan interpersonal, dan khususnya penting untuk hubungan pasien-dokter dalam bidang kesehatan, ukuran kepercayaan pasien-dokter juga harus terus berkembang untuk mengatasi perubahan dalam sistem perawatan kesehatan dan bagaimana masyarakat kita memandang elemen kunci kepercayaan (Pearson & Raeke, 2000).

Kepercayaan akan dokter dan aplikasi kesehatan juga diperkuat dalam penelitian yang dilakukan oleh Cao et al. (2020). Dalam konteks *mHealth*, kepercayaan awal terdiri dari dua komponen utama: kepercayaan awal pada dokter dan kepercayaan awal pada *platform mHealth*. Dokter adalah penyedia perawatan primer, sedangkan *platform mHealth* adalah media tempat kesehatan *online* layanan diimplementasikan. Kepercayaan awal pada dokter terkait dengan kualitas informasi dan kualitas interaksi dokter, sementara kepercayaan awal pada *platform mHealth* dikaitkan dengan jasanya (Octavius & Antonio, 2021). Dalam penelitian Singh & Somaiya (2020) menyebutkan kepercayaan antara pelanggan dan penyedia layanan pembayaran seluler secara signifikan memengaruhi keputusan pelanggan untuk melanjutkan menggunakan sistem pembayaran seluler. Kepercayaan mempengaruhi *mobile payment* juga disimpulkan dalam penelitian Zhou (2014).

Lebih besar kepercayaan diyakini mempengaruhi niat perilaku secara positif, terutama pada niat perilaku untuk menggunakan layanan kesehatan teknologi karena layanan *mHealth* disediakan dan diterima secara jarak jauh, banyak faktor yang dapat menghambat atau memfasilitasi pengiriman dan penerimaan yang berhasil baik. Selain itu, penggunaan *mHealth* mengharuskan pasien untuk mengungkapkan dan menukar data pribadi dan sensitif melalui internet menggunakan perangkat yang berbeda, seperti tablet, ponsel, dll. Kepedulian terhadap keamanan dan privasi merupakan fakta penting dalam situasi di mana data dipertukarkan antara penyedia layanan dan klien (Liu et al., 2023). Penggunaan *eHealth* membutuhkan informasi berkualitas yang terkini, terutama pada masa pandemi Covid-19. Kepercayaan ini adalah kepercayaan yang dirasakan oleh pelanggan (konsumen perawatan kesehatan) dan penyedia layanan kesehatan. Kepercayaan bisa diukur dari perspektif sosial, yang terutama adalah hubungan dokter dan pasien, juga bagaimana penyedia layanan kesehatan memberikan informasi layanan kesehatan melalui *eHealth* kepada pelanggan (Alharbi, 2021).

2.1.5 Niat penggunaan berkelanjutan

Niat penggunaan berkelanjutan (*continuance intention to use*) didefinisikan sebagai keadaan dimana seseorang mempunyai niat untuk mengulangi perilakunya saat ini (Singh & Somaiya, 2020). Niat untuk terus menggunakan sesuatu (*the intention to continue using*) diartikan sebagai tindakan yang berhubungan dengan kebahagiaan pengguna setelah memperoleh atau menggunakan kembali layanan atau produk. Niat untuk terus menggunakan suatu sistem setelah mencobanya disebut sebagai konsisten niat penggunaan (*usage intention*). Niat untuk terus menggunakan layanan yang ada sebagai tanda kesetiaan ke penyedia layanan adalah definisi penggunaan terus-menerus (*continuous usage*). Tujuan penggunaan terus menerus (*continuous use*) adalah suatu kondisi di mana orang menempatkan nilai penuh pada komputer untuk menghasilkan nilai bisnis yang melekat dengan membantu bisnis berjalan lebih cepat, lebih efektif, dan personal (Kang & Hwang, 2022).

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul, Penulis(th)	Variabel Amatan	Metode Penelitian	Temuan Penelitian
1.	<p>“<i>Stimuli Influencing Engagement, Satisfaction, and Intention to Use Telemedicine Services: An Integrative Model</i>” (Amin et al., 2022).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance Expectancy</i> 2. <i>Effort Expectancy</i> 3. <i>Facilitating Condition</i> 4. <i>Price Value</i> 5. <i>Contamination Avoidance</i> 6. <i>Functionality</i> 7. <i>Information Quality</i> 8. <i>Engagement</i> 9. <i>Satisfaction</i> 10. <i>Mediating Effect of Engagement</i> 11. <i>Mediating Effect of Satisfaction</i> 12. <i>Continuous usage intention</i> 	<p>Objek Penelitian: Pasien yang menggunakan layanan telemedisin di Bangladesh</p> <p>Jumlah responden: 312 pasien</p> <p>Metode pengumpulan data: Survei <i>online</i> (convenience sampling); <i>Focus Group Discussion</i></p> <p>Alat analisis: SEM (<i>Structural Equation Model</i>) Amos 24.0</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harapan kinerja mempengaruhi keterlibatan, kepuasan, dan CUI telemedisin. 2. Ekspektasi usaha mempengaruhi harapan kinerja dan keterlibatan. 3. Ekpektasi usaha tidak mempengaruhi kepuasan dan CUI telemedisin. 4. Kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan dan CUI. 5. Nilai harga tidak berpengaruh terhadap CUI. 6. Penghindaran kontaminasi berpengaruh terhadap harapan kinerja dan CUI. 7. Fungsionalitas berpengaruh terhadap kepuasan. 8. Fungsionalitas tidak berpengaruh terhadap CUI. 9. Kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan dan CUI. 10. Keterlibatan berpengaruh terhadap kepuasan dan CUI. 11. Kepuasan berpengaruh terhadap CUI.
2.	<p>“<i>Antecedents of Intention to Adopt Mobile Health (mHealth) Application and Its Impact on Intention to Recommend: An Evidence from Indonesian Customers</i>” (Octavius & Antonio, 2021).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Innovativeness</i> 2. <i>Compatibility</i> 3. <i>Performance expectancy</i> 4. <i>Effort expectancy</i> 5. <i>Firm generated content</i> 6. <i>Price value</i> 7. <i>Facilitating conditions</i> 8. <i>Information-seeking motive</i> 9. <i>Perceived privacy risk</i> 10. <i>Perceived security</i> 11. <i>Initial trust in doctor</i> 12. <i>Initial trust in mHealth platform</i> 13. <i>Intention to adopt</i> 14. <i>Intention to recommend</i> 	<p>Objek Penelitian: Pengguna Halodoc dan Alodoc area Jabodetabek</p> <p>Jumlah responden: 787 responden</p> <p>Metode pengumpulan data: <i>Cross-sectional desain, Online survey</i></p> <p>Alat analisis: SmartPLS 3.3(103) dengan menggunakan PLS-SEM</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inovasi mempengaruhi kompatibilitas dan ekspektasi usaha. 2. Inovasi tidak mempengaruhi harapan kinerja dan niat penggunaan. 3. Kompatibilitas mempengaruhi niat penggunaan, harapan kinerja dan ekspektasi usaha 4. ekspektasi usaha mempengaruhi harapan kinerja . 5. Ekspektasi usaha tidak mempengaruhi niat penggunaan. 6. Harapan kinerja mempengaruhi niat penggunaan. 7. Penawaran harga tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan 8. kondisi yang memfasilitasi mempengaruhi niat penggunaan 9. Motif pencarian informasi berpengaruh terhadap niat penggunaan

				<p>10. Konten yang dihasilkan perusahaan tidak mempengaruhi niat penggunaan</p> <p>11. Risiko privasi yang dirasakan tidak mempengaruhi niat penggunaan.</p> <p>12. Keamanan yang dirasakan tidak mempengaruhi niat penggunaan</p> <p>13. Kepercayaan awal pada dokter mempengaruhi niat penggunaan</p> <p>14. Kepercayaan awal pada <i>platform mHealth</i> mempengaruhi niat penggunaan.</p> <p>15. Niat penggunaan mempengaruhi niat untuk merekomendasikan.</p>
3	<p><i>“An Integrated model combining the ECM and the UTAUT to explain users’ post-adoption behaviour towards mobile payments systems” (Singh & Somaiya, 2020).</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance expectancy</i> 2. <i>Effort expectancy</i> 3. <i>Perceived security</i> 4. <i>Trust</i> 5. <i>Satisfaction</i> 6. <i>Confirmation</i> 7. <i>Continuance intention to use mobile payment systems</i> 	<p>Objek Penelitian: Pengguna <i>mobile payment</i> di Mumbai, India</p> <p>Jumlah responden: 370 (100 <i>online</i>, 270 <i>offline</i>)</p> <p>Metode pengumpulan data: Kuesioner (kuantitatif)</p> <p>Alat analisis: SPSS version 21.0 SEM</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harapan kinerja mempengaruhi niat kelanjutan untuk menggunakan. 2. Ekspektasi Usaha mempengaruhi harapan kinerja dan niat kelanjutan menggunakan 3. Keamanan yang dirasakan mempengaruhi kepercayaan. 4. Keamanan yang dirasakan tidak mempengaruhi niat kelanjutan untuk menggunakan. 5. Kepercayaan mempengaruhi niat kelanjutan untuk penggunaan. 6. Kepuasan mempengaruhi niat kelanjutan untuk menggunakan. 7. Konfirmasi mempengaruhi harapan kinerja dan kepuasan. 8. Harapan kinerja mempengaruhi kepuasan

4.	<p>“Anteseden Niat Penggunaan Berkelanjutan dan Pengaruhnya Pada Niat Merekomendasikan Telemedisin Pasca-Pandemi Covid-19” (Yuwono & Ellyawati, 2022).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ekpektasi kinerja 2. Ekspektasi upaya 3. Kepuasan 4. Konfirmasi 5. Pengaruh sosial 6. Kondisi yang memfasilitasi 7. Nilai harga 8. Kebiasaan 9. Kepercayaan awal kepada dokter 10. Konten yang dibuat perusahaan. 11. Niat penggunaan berkelanjutan NPB 12. Niat merekomendasikan 	<p>Objek Penelitian: Pasien RS. Panti Rapih yang pernah menggunakan layanan telemedisin untuk dirinya sendiri minimal satu kali</p> <p>Jumlah responden: 224 responden</p> <p>Metode pengumpulan data: Survei kuesioner terstruktur secara <i>online</i> melalui <i>google form</i> (<i>purposive sampling</i>); wawancara untuk konfirmasi jawaban netral</p> <p>Alat analisis: SmartPLS 3.2.8</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ekpektasi kinerja tidak mempengaruhi NPB. 2. Ekspektasi upaya tidak mempengaruhi NPB 3. Ekpektasi upaya mempengaruhi Ekspektasi kinerja 4. Kepuasan tidak mempengaruhi NPB. 5. Konfirmasi mempengaruhi Ekspektasi kinerja dan kepuasan 6. Ekpektasi kinerja mempengaruhi kepuasan. 7. Pengaruh sosial tidak mempengaruhi NPB. 8. Kondisi yang memfasilitasi tidak mempengaruhi NPB 9. Nilai harga mempengaruhi NPB. 10. Kebiasaan mempengaruhi NPB. 11. Kepercayaan awal pada dokter tidak mempengaruhi NPB 12. Konten media sosial tidak mempengaruhi NPB 13. NPB mempengaruhi Niat merekomendasikan
5.	<p>“An Integrative Model on User Satisfaction and Continuance Intention for Using MBanking” (Özcan & Arıkan, 2022).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance expectancy</i> 2. <i>Effort Expectancy</i> 3. <i>Trust</i> 4. <i>Facilitating Condition</i> 5. <i>Hedonic motivation</i> 6. <i>Sistem Quality</i> 7. <i>Information Quality</i> 8. <i>Service Quality</i> 9. <i>Satisfaction</i> 10. <i>Continuance intention</i> 	<p>Objek Penelitian: Pengguna <i>mBanking</i> usia minimal 18 tahun di Turki</p> <p>Jumlah responden: 422 responden</p> <p>Metode pengumpulan data: Survei kuesioner</p> <p>Alat analisis: PLS 3</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. PE mempengaruhi CI 2. EE tidak mempengaruhi CI 3. PE mempengaruhi kepuasan 4. EP tidak mempengaruhi kepuasan 5. EE mempengaruhi PE 6. Kepercayaan mempengaruhi kepuasan 7. Kepercayaan tidak mempengaruhi CI dan PE 8. Kondisi yang memfasilitasi mempengaruhi PE, EP, dan kepercayaan 9. Motivasi hedon mempengaruhi PE, EP 10. Motivai hedon tidak mempengaruhi kepercayaan 11. Kualitas sistem tidak mempengaruhi PE 12. Kualitas sistem mempengaruhi EP dan kepercayaan. 13. Kualitas servis mempengaruhi PE dan kepercayaan 14. Kualitas servis tidak mempengaruhi EP 15. Kepuasan mempengaruhi CI

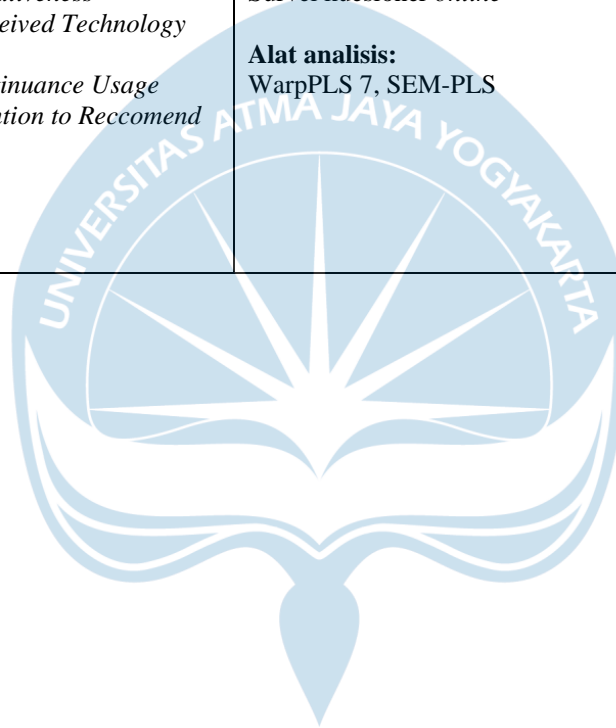
6.	<p><i>“The Use of Digital Healthcare Platforms During the COVID-19 Pandemic: the Consumer Perspective”</i> (Alharbi, 2021)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance expectancy</i> 2. <i>Effort Expectancy</i> 3. <i>Social influence</i> 4. <i>Facilitating Condition</i> 5. <i>Information quality</i> 6. <i>Trust</i> 7. <i>Behavioral intention</i> 	<p>Objek Penelitian: Pengguna <i>platform</i> digital di Arab Saudi</p> <p>Jumlah responden: 249 responden</p> <p>Metode pengumpulan data: Survei kuesioner</p> <p>Alat analisis: PLS 3.0</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. EE tidak mempengaruhi BI 2. <i>Experience</i> tidak mempengaruhi EE 3. Usia tidak mempengaruhi EE 4. PE tidak mempengaruhi BI 5. SI tidak mempengaruhi BI 6. FC mempengaruhi BI 7. IQ tidak mempengaruhi BI 8. Kepercayaan mempengaruhi BI
7	<p><i>“Factors Affecting Continuance Intention in Non-Face-to-Face Telemedicine Services: Trust Typology and Privacy Concern Perspectives”</i> (Zhu et al., 2023)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Confirmation</i> 2. <i>Perceived Usefulness</i> 3. <i>Satisfaction</i> 4. <i>Structural assurance trust</i> 5. <i>Platform-based trust</i> 6. <i>Physician-based trust immersion</i> 7. <i>Continuous intention</i> 	<p>Objek Penelitian: Pengguna baru atau mantan pengguna aplikasi <i>online</i> di China</p> <p>Jumlah responden: 465 responden</p> <p>Metode pengumpulan data: Survei kuesioner</p> <p>Alat analisis: CB-SEM, PLS-SEM</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Confirmation</i> mempengaruhi PU 2. <i>Confirmation</i> mempengaruhi kepuasan 3. PU mempengaruhi kepuasan, CI, <i>Structural assurance-based trust</i>, <i>Platform-based trust</i> dan <i>Physician-based trust</i> 4. Kepuasan mempengaruhi CI, <i>Structural assurance-based trust</i>, <i>Platform-based trust</i> dan <i>Physician-based trust</i> 6. <i>Structural assurance-based trust</i> mempengaruhi CI 7. <i>Platform-based trust</i> mempengaruhi CI 8. <i>Physician-based trust</i> mempengaruhi CI

8.	<p>“Exploring the Consumers’ Purchase Intention on Online Community Group Buying Platform during Pandemic” (Zhang et al., 2023)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Performance expectancy 2. Effort expectancy 3. Social Influence 4. Perceived Risk 5. Facilitating Conditions 5. Purchase Intention 6. Purchase Behavior 	<p>Objek Penelitian: Penduduk China yang mempunyai pengalaman berbelanja <i>online</i> di platform OCGB</p> <p>Jumlah responden: 280 responden</p> <p>Metode pengumpulan data: Survei kuesioner <i>online</i></p> <p>Alat analisis: SPSS 25.0</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. PE berpengaruh terhadap PI 2. EP berpengaruh terhadap PI 3. SI berpengaruh terhadap PI 4. PR tidak berpengaruh terhadap PI 5. FC tidak berpengaruh terhadap <i>purchase behavior</i> 6. PI berpengaruh terhadap <i>purchase behavior</i>
9.	<p>“The role of trust and habit in the adoption of mHealth by older adults in Hong Kong: a healthcare technology service acceptance (HTSA) model” (Liu et al., 2023)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Performance expectancy 2. Effort Expectancy 3. Social influence 4. Facilitating Condition 5. Habit 6. Hedonic motivation 7. Price Value 8. Trust 9. Service Quality 10. Government policy 11. mHealth use intention 	<p>Objek Penelitian: Orang dewasa berusia 65 tahun atau lebih di Hongkong yang bisa menggunakan <i>mobile apps</i></p> <p>Jumlah responden: 201 responden</p> <p>Metode: <i>Convenience</i> dan <i>snowball sampling</i> melalui <i>platform online</i></p> <p>Alat analisis: SmartPLS, SEM</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ekspektasi kinerja tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan <i>mHealth</i>. 2. Ekspektasi upaya tidak berpengaruh terhadap penggunaan <i>mHealth</i>. 3. Kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh terhadap penggunaan <i>mHealth</i>. 4. Motivasi Hedon tidak berpengaruh terhadap penggunaan <i>mHealth</i> 5. Motivasi hedon berpengaruh terhadap Habit 6. Habit berpengaruh terhadap penggunaan <i>mHealth</i> 7. Price value tidak berpengaruh terhadap penggunaan <i>mHealth</i> 8. Price value berpengaruh terhadap habit 9. Pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap penggunaan <i>mHealth</i> 10. Pengaruh sosial berpengaruh terhadap kepercayaan. 11. Kualitas servis tidak berpengaruh terhadap penggunaan <i>mHealth</i> 12. Kualitas servis berpengaruh terhadap kepercayaan 13. Kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan <i>mHealth</i> 14. Peraturan pemerintah tidak berpengaruh terhadap penggunaan <i>mHealth</i> 15. Peraturan pemerintah berpengaruh terhadap kepercayaan

<p>10.</p>	<p><i>“Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective”</i> (Gupta & Arora, 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Performance expectancy 2. Effort expectancy 3. Social influence 4. Facilitating Conditions 5. Hedonic motivation 6. Habit 7. Behavioral intention 8. Use behaviour 	<p>Objek Penelitian: Pengguna sistem pembayaran seluler (Delhi, Noida, Ghaziabad, Gurugram) Jumlah responden: 276 responden</p> <p>Metode Survei web <i>online</i></p> <p>Alat analisis: PLS-SEM</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengaruh Sosial tidak mempengaruhi niat berperilaku 2. Ekspektasi kinerja mempengaruhi niat berperilaku 3. Motivasi hedon tidak mempengaruhi niat berperilaku 4. Kebiasaan mempengaruhi niat berperilaku 5. Kondisi yang memfasilitasi mempengaruhi niat berperilaku 6. Ekpektasi upaya mempengaruhi niat berperilaku 7. Niat berperilaku mempengaruhi niat menggunakan
<p>11.</p>	<p><i>“Understanding motivations to use online streaming services: integrating the technology acceptance model (TAM) and the uses and gratifications theory(UGT)”</i> (Camilleri & Falzon, 2021)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perceived Ease of Use 2. Perceived Usefulness 3. Ritualized Use 4. Instrumental Use 5. Intention to Use 	<p>Objek Penelitian: Mahasiswa di Eropa Selatan</p> <p>Jumlah responden: 491 responden</p> <p>Metode pengumpulan data: Survei kuesioner</p> <p>Alat analisis: SEM-PLS 3</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan yang dirasakan mempengaruhi manfaat yang dirasakan 2. Kemudahan yang dirasakan tidak mempengaruhi niat menggunakan 3. Manfaat yang dirasakan mempengaruhi niat menggunakan. 4. Penggunaan ritual mempengaruhi niat menggunakan 5. Penggunaan instrument al mempengaruhi niat penggunaan

<p>12.</p>	<p><i>“Validation of the Delone and McLean Information System Success Model”</i> (Ojo, 2017).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>System quality</i> 2. <i>Information quality</i> 3. <i>Service quality</i> 4. <i>Use</i> 5. <i>User Satisfaction</i> 6. <i>Perceived net benefits</i> 	<p>Objek Penelitian: Pengguna utama sistem informasi Rumah Sakit di Nigeria</p> <p>Jumlah responden: 442 responden</p> <p>Metode pengumpulan data: Survei kuesioner</p> <p>Alat analisis: AMOS ver. 20.0; SEM</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas sistem mempengaruhi penggunaan 2. Kualitas sistem mempengaruhi kepuasan pengguna 3. Kualitas informasi mempengaruhi penggunaan 4. Kualitas informasi mempengaruhi kepuasan pengguna 5. Kualitas servis mempengaruhi penggunaan 6. Kualitas servis mempengaruhi kepuasan pengguna 7. Penggunaan tidak mempengaruhi kepuasan pengguna 8. Penggunaan mempengaruhi manfaat yang dirasakan 9. Kepuasan pengguna tidak mempengaruhi manfaat yang dirasakan
<p>13.</p>	<p><i>“Exploring the Factors Affecting the Continued Usage Intention of IoT-Based Healthcare Wearable Devices Using the TAM Model”</i> (Kang & Hwang, 2022)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Personalization</i> 2. <i>Perceived Service</i> 3. <i>Interactivity</i> 4. <i>Perceived ease of use</i> 5. <i>Perceived usefulness</i> 6. <i>Virtual community immersion</i> 7. <i>Continuous intention to use</i> 	<p>Objek Penelitian: Pengguna IHWD (aplikasi perangkat kesehatan) tinggal di Amerika Serikat</p> <p>Jumlah responden: 163 responden</p> <p>Metode pengumpulan data: Survei kuesioner</p> <p>Alat analisis: SmartPLS 3.0</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Personalization</i> mempengaruhi CUI 2. <i>Service Convenience</i> mempengaruhi CUI 3. <i>Interactivity</i> mempengaruhi CUI

<p>14.</p>	<p><i>“Determinants factor affecting user continuance usage and intention to recommend of mobile telemedicine”</i> (Hartono et al., 2021)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance expectancy</i> 2. <i>Effort Expectancy</i> 3. <i>Social influence</i> 4. <i>Facilitating Condition</i> 5. <i>Hedonic motivation</i> 7. <i>Price Value</i> 8. <i>Compability</i> 9. <i>Innovativeness</i> 10. <i>Perceived Technology Security</i> 11. <i>Continuance Usage</i> 12. <i>Intention to Reccomend</i> 	<p>Objek Penelitian: Pengguna telemedisin di Jakarta</p> <p>Jumlah responden: 384 responden</p> <p>Metode pengumpulan data: Survei kuesioner <i>online</i></p> <p>Alat analisis: WarpPLS 7, SEM-PLS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. PE mempengaruhi CU 2. EE mempengaruhi PE 3. EE tidak mempengaruhi CU 4. SI tidak mempengaruhi CU 5. FC tidak mempengaruhi CU 6. HM tidak mempengaruhi CU 7. PV mempengaruhi CU 8. IN mempengaruhi CO 9. IN tidak mempengaruhi PE 10. IN mempengaruhi EE 11. IN tidak mempengaruhi CU 12. CO mempengaruhi PE 13. CO mempengaruhi EE 14. CO mempengaruhi CU 15. PTS mempengaruhi CU 16. CU mempengaruhi IR
-------------------	---	--	---	--



2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh ekspektasi kinerja pada NPB

Ekspektasi kinerja adalah integrasi beberapa teori adopsi dan memiliki kekuatan yang cukup besar dalam perilaku adopsi awal (Venkatesh et al., 2003, 2012), peran penting tersebut dikemukakan juga oleh Amin et al. (2022) dalam penelitiannya di Bangladesh yang menyimpulkan bahwa niat penggunaan konsumen telemedisin secara langsung dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja. Singh & Somaiya (2020) dalam penelitiannya di India menyatakan bahwa ekspektasi kinerja adalah prediktor penting tidak hanya untuk adopsi awal tetapi juga untuk penggunaan berulang dari sistem pembayaran seluler (*mPayment*), ekspektasi kinerja jelas memiliki pengaruh signifikan terhadap ekspektasi pasca adopsi melalui kepuasan serta bertindak sebagai anteseden langsung terhadap niat penggunaan kembali.

Ekspektasi kinerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi *mHealth* juga dilakukan oleh Octavius & Antonio (2021) dalam penelitiannya terhadap pengguna Halodoc dan Alodoc di area Jabodetabek, Indonesia. Begitu juga dengan penelitian pada pengguna *mBanking* di Turki yang dilakukan oleh Özecan & Arkan (2022), hasil penelitian mengungkapkan bahwa ekspektasi kinerja secara signifikan berdampak secara positif pada niat untuk melanjutkan penggunaan *mBanking*. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Zhang et al. (2023) di China juga mengungkapkan hal yang sama, penelitian kepada 280 responden yang mempunyai pengalaman belanja *online* di *platform* OCGB menyimpulkan bahwa ekspektasi upaya berpengaruh secara positif terhadap pembelian melalui aplikasi tersebut. Dengan demikian, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H1: Ekspektasi kinerja berpengaruh secara positif pada NPB

2.3.2 Pengaruh ekspektasi upaya pada NPB

Konsumen termotivasi untuk menggunakan teknologi baru ketika mereka percaya teknologi baru akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka tanpa kesulitan (Venkatesh et al., 2003). Ekspektasi upaya dalam UTAUT2 adalah variabel yang berikutnya akan diteliti dalam pengaruhnya terhadap NPB. Penelitian sebelumnya oleh Koivumäki et al. (2017) menyatakan penerapan UTAUT2 di *eHealth* bahwa harapan upaya ditemukan sebagai penentu yang signifikan untuk menggunakan layanan, hal ini menyiratkan pentingnya desain masalah dalam adopsi layanan *eHealth*. Penelitian lainnya terkait

ekspektasi upaya dilakukan oleh Shiferaw & Mehari (2019) dengan hasil bahwa adopsi sistem EMR di sub-Sahara Afrika dipengaruhi secara positif oleh ekspektasi upaya yang dilakukan.

Penelitian lain yang dilakukan dalam hal adopsi sistem pembayaran seluler (*mpayment*) dilakukan di India oleh Gupta & Arora (2020) menyimpulkan bahwa ekspektasi upaya menjadi faktor yang berpengaruh. Konsumen yang merasakan tingkat kemanfaatan dan kenyamanan setelah menggunakan *mpayment* yang bebas kerumitan dan fungsi serta ketersediaan banyak bantuan yang dibutuhkan dalam penggunaannya akan memilih untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Penelitian terhadap konsumen yang melakukan pembelian melalui aplikasi seluler dilakukan oleh Zhang et al. (2023), penelitian tersebut menyatakan bahwa menggunakan aplikasi dengan relatif sederhana, proses pembelian dan sistem *platform* yang relatif mudah digunakan, akan membuat konsumen lebih bersedia menggunakannya. Hal ini dipertegas juga dengan penelitian dari Singh & Somaiya (2020). Dengan demikian, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H2: Ekspektasi upaya berpengaruh secara positif terhadap NPB

2.3.3 Pengaruh kondisi yang memfasilitasi pada NPB

Kondisi yang memfasilitasi adalah ketersediaan layanan fasilitas teknologi yang digunakan oleh pengguna teknologi tersebut, yang pada akhirnya mengarahkan pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2011). Kondisi yang memfasilitasi mengacu pada persepsi konsumen terhadap sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk melakukan suatu perilaku. Aspek kondisi yang memfasilitasi, seperti tutorial *online*, koneksi internet, keterampilan atau pengetahuan yang diperoleh individu, pelatihan dan dukungan teknis yang diberikan organisasi dapat mempengaruhi niat adopsi seseorang terhadap produk teknologi informasi dan komunikasi (Huang et al., 2021).

Pengaruh signifikan dari variabel UTAUT2 ini terhadap adopsi aplikasi *mobile* juga dilakukan penelitian Hew et al. (2015). Dalam penelitiannya, Gupta & Arora (2020) juga menyebutkan bahwa sebagian besar konsumen yang mengikuti survei mempunyai teknologi terkini dalam bentuk laptop, *smartphone*, aplikasi yang diperlukan untuk transaksi dan bersamaan dengan itu tersedia juga dukungan pelanggan yang cepat dalam menangani keluhan, oleh karena itu kondisi yang memfasilitasi mempengaruhi secara positif dalam proses adopsi.

Penelitian oleh Rahi et al. (2021) menyebutkan kondisi yang memfasilitasi telah mengungkapkan pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pasien terhadap penggunaan layanan kesehatan telemedisin. Penelitian lainnya terkait dampak positif kondisi yang memfasilitasi terhadap penggunaan *mHealth* di rumah sakit juga dikonfirmasi oleh Wang et al. (2021) serta (Safira & Sari, 2020). Dengan demikian, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H3: Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh secara positif pada NPB

2.3.4 Pengaruh kepercayaan pada NPB

Kepercayaan terlibat dalam setiap transaksi pada *platform* internet, dan faktor ini relevan dengan kepercayaan berbasis *platform* dan kepercayaan berbasis penyedia layanan. Zhu et al. (2023) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa kepercayaan berbasis jaminan struktural (berlaku untuk kepercayaan dalam kerangka kelembagaan, termasuk undang-undang dan peraturan) mempengaruhi NPB dalam telemedisin. Kepercayaan terhadap penyedia layanan diteliti oleh Singh & Somaiya (2020) dengan kesimpulan kepercayaan menunjukkan pengaruh signifikan pada kelanjutan niat untuk menggunakan sistem *mpayment*. Dalam penelitiannya disampaikan bahwa kepercayaan adalah faktor terpenting kedua dalam keputusan untuk terus menggunakan *mpayment*, hasil ini menggarisbawahi pentingnya harapan kepercayaan pengguna kepada penyedia layanan, bahkan setelah mereka menggunakan sistem untuk periode waktu yang cukup lama.

Hubungan yang signifikan antara kepercayaan dan niat perilaku untuk menggunakan layanan *mHealth* juga dikemukakan oleh Liu et al. (2023) pada penelitian yang membuktikan bahwa variasi yang tinggi untuk kepercayaan juga menunjukkan bahwa perluasan model UTAUT2 dengan menambahkan kepercayaan telah meningkatkan dalam niat perilaku untuk penggunaan layanan *mHealth* oleh orang dewasa yang lebih tua. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Zobair et al. (2020) dikemukakan hambatan dalam adopsi telemedisin salah satunya adalah kurangnya kepercayaan. Hal ini diperkuat oleh penelitian Octavius & Antonio (2021) yaitu bahwa kepercayaan awal pada dokter dan *platform* mempengaruhi adopsi aplikasi tersebut. Dengan demikian, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H4: Kepercayaan berpengaruh secara positif pada NPB

2.3.5 Pengaruh nilai harga pada NPB

Nilai harga berpengaruh positif ketika manfaat menggunakan teknologi dianggap lebih besar daripada biaya moneter dan nilai harga tersebut memiliki dampak positif pada niat perilaku untuk menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Harga aplikasi telah digambarkan sebagai nilai fungsional yang berperan dalam keputusan individu untuk menggunakan ponsel. Ini juga ditunjukkan dengan jelas dalam hasil penelitian Yuan et al. (2015) yang menunjukkan bahwa nilai harga memiliki dampak yang signifikan pada niat seseorang untuk terus menggunakan aplikasi kesehatan dan kebugaran. Aplikasi dengan biaya gratis bukan berarti orang akan selalu terus menggunakannya, apalagi jika tidak membawa nilai, di sisi lain orang mungkin bersedia membayar untuk sebuah aplikasi jika mereka bisa menerima nilai darinya.

Nilai harga muncul sebagai prediktor dalam niat penggunaan telemedisin, keputusan individu menggunakan aplikasi *mobile* telemedisin dipengaruhi oleh nilai harga layanan di aplikasi telemedisin seluler yang digambarkan sebagai nilai fungsional, itu juga ditampilkan di hasil penelitian Hartono et al. (2021) bahwa kelangsungan penggunaan aplikasi *mobile* telemedisin secara signifikan dipengaruhi oleh nilai harga. Hal senada disampaikan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuwono & Ellyawati (2022) bahwa nilai harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat penggunaan lanjutan aplikasi kesehatan, hal ini berarti bahwa jika nilai harga meningkat maka niat penggunaan berkelanjutan dari aplikasi telemedisin juga akan meningkat. Dengan demikian, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H5: Nilai harga berpengaruh secara positif terhadap NPB

2.3.6 Pengaruh kualitas layanan pada NPB

Kualitas layanan didefinisikan sebagai keseluruhan dukungan yang diberikan oleh penyedia layanan, berlaku terlepas dari apakah dukungan ini diberikan oleh departemen sistem informasi (IT), unit organisasi baru, atau dialihdayakan ke penyedia layanan internet, dukungan pengguna yang buruk akan menyebabkan kehilangan pelanggan dan kehilangan penjualan (DeLone & McLean, 2003). Kualitas layanan digunakan untuk mengukur sifat penggunaan, pola navigasi, frekuensi, dan penyelesaian tugas yang dilakukan dengan sistem tersebut (Ariyanto et al., 2020). Dalam penelitiannya Ariyanto et al. (2020) mengemukakan kualitas layanan mempengaruhi secara signifikan terhadap penggunaan aplikasi kesehatan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ojo (2017), kualitas layanan diukur dengan memeriksa dukungan teknis yang ada untuk pengguna sistem informasi rumah sakit, infrastruktur jaringan, dan keandalan sistemnya. Penelitian yang dilakukan kepada 442 pengguna aplikasi kesehatan di Nigeria menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan aplikasi (Ojo, 2017).

Mempertahankan sifat layanan, kualitas layanan menjadi signifikan untuk semua bisnis jasa, dan secara khusus relevan dalam penggunaan dan adopsi layanan *mHealth*. Dalam pelayanan *mHealth*, kualitas pelayanan menjadi elemen yang berpengaruh, dan melakukan peran penting dalam sistem kesehatan. Kualitas layanan memiliki dampak positif yang kuat pada niat dan kelanjutan penggunaan *mHealth*, survei yang dilakukan pada pengguna *mHealth* ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *mHealth* (Palas et al., 2022). Dengan demikian, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H6: Kualitas layanan berpengaruh secara positif pada NPB

2.3.7 Pengaruh kualitas informasi pada NPB

Kualitas informasi ditentukan sebagai kriteria yang menimbang keberhasilan dalam membangun akurasi, relevansi, keamanan, dan kelengkapan informasi (Amin et al., 2022). Kualitas informasi mempengaruhi penggunaan selanjutnya seperti yang disampaikan DeLone & McLean (2003), kualitas informasi menangkap masalah konten *e-commerce*, konten web harus dipersonalisasi, lengkap, relevan, mudah dipahami, dan aman jika menginginkan calon pembeli atau pemasok untuk memulai transaksi melalui internet dan kembali ke situs tersebut secara teratur.

Dalam penelitiannya Ariyanto et al. (2020) menggunakan model sukses DeLone dan McLean sebagai dasar pengembangan instrumen dan menyimpulkan bahwa kualitas informasi ditemukan secara signifikan mempengaruhi penggunaan. Hal yang sama juga disampaikan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ojo (2017), disampaikan bahwa kualitas informasi secara signifikan mempengaruhi penggunaan. Oleh karena itu, sistem informasi rumah sakit harus dirancang sedemikian rupa sehingga mudah digunakan, fleksibel, dan fungsional supaya apa yang menjadi tujuan tercapai (Ojo, 2017).

Kesimpulan yang sama juga disampaikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Amin et al. (2022), dengan melibatkan 312 responden pasien pengguna layanan telemedisin di Bangladesh diambil kesimpulan yang menyatakan bahwa kualitas

informasi memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan dan *continuous usage intentions* (CUI). Terkait hasil temuan tersebut seharusnya mampu menjadi bahan pertimbangan bagi pemangku kepentingan untuk memperhatikan kualitas informasi ini supaya niat penggunaan dari pengguna bisa dipertahankan (Amin et al., 2022). Dengan demikian, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H7: Kualitas informasi berpengaruh secara positif pada NPB

2.3.8 Pengaruh kualitas sistem pada NPB

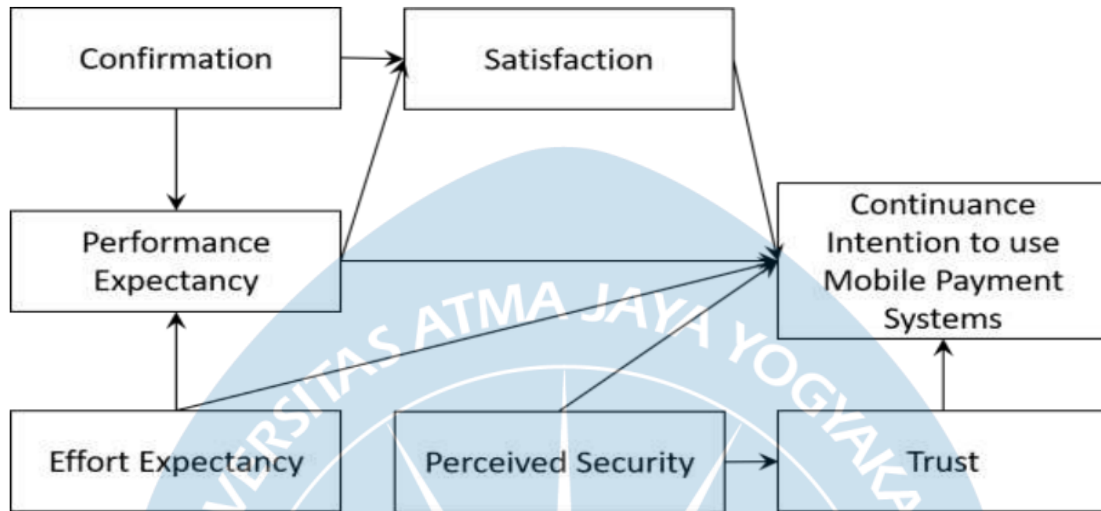
Kualitas sistem di lingkungan internet bisa diartikan sebagai ukuran dari karakteristik yang diinginkan dari suatu sistem *e-commerce*. Kegunaan, ketersediaan, keandalan, kemampuan beradaptasi, dan waktu respons (misalnya, lamanya waktu yang diperlukan saat pengunduhan aplikasi atau menu tertentu) adalah contoh kualitas yang dinilai oleh pengguna sistem *e-commerce* (DeLone & McLean, 2003). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan layanan *mHealth* lebih terkait setelah memproses dan mengambil informasi yang terkait dengan layanan tersebut (Li et al., 2022). Li et al. (2022) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa efek total kualitas sistem pada *continuance intention* memberikan hasil yang signifikan.

Dalam penelitiannya terhadap penggunaan aplikasi baru BPJS dari pemerintah yang harus dijalankan oleh pengguna di Malang Ariyanto et al. (2020) juga menyimpulkan dan memperkuat penelitian sebelumnya bahwa kualitas sistem ditemukan secara signifikan mempengaruhi penggunaan. Peneliti lainnya dalam kualitas sistem ini yaitu Ojo (2017) melakukan penelitian kualitas sistem dengan menilai dan memeriksa kemudahan penggunaan yang terkait dengan sistem informasi rumah sakit serta fungsionalitas dan fleksibilitasnya. Kualitas dan penggunaan sistem ditemukan sebagai ukuran penting dari kesuksesan sistem informasi rumah sakit, oleh karena itu, sistem informasi rumah sakit harus dirancang sedemikian rupa sehingga mudah digunakan, fleksibel, dan fungsional untuk mencapai tujuan dalam pengelolaan pelayanan di rumah sakit tersebut (Ojo, 2017). Dengan demikian, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

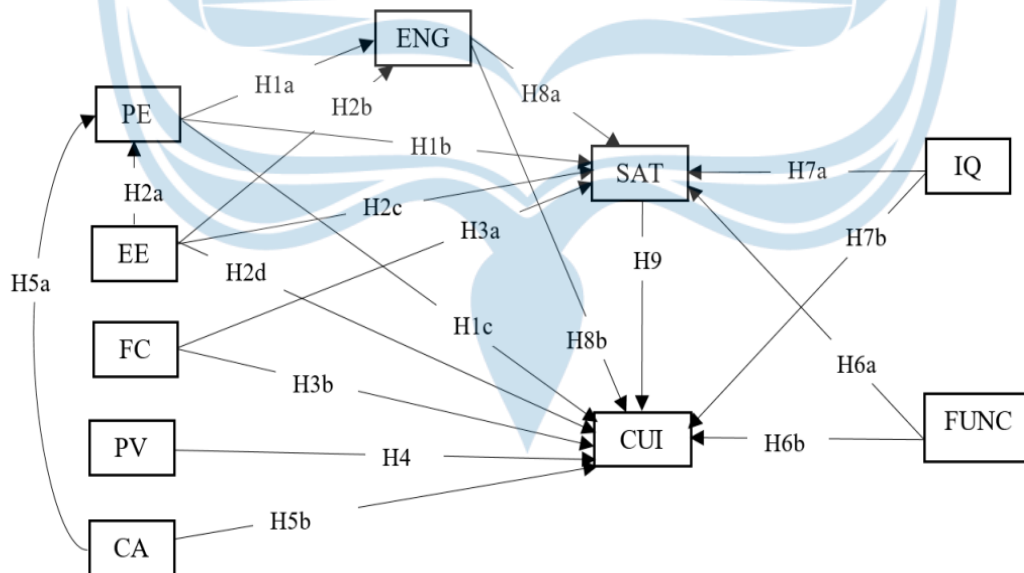
H7: Kualitas sistem berpengaruh secara positif pada NPB

2.4 Kerangka Konseptual Penelitian

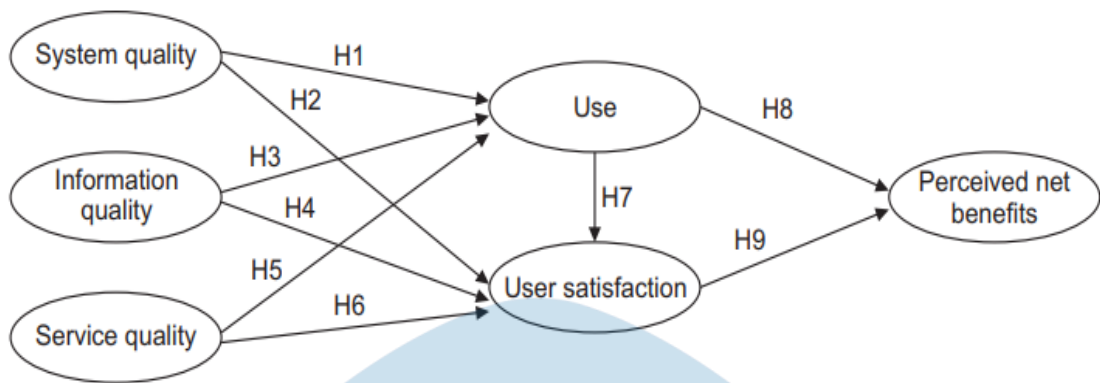
Dari Penelitian terdahulu yang telah dianalisis peneliti dapat menentukan kerangka dan konseptual penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:



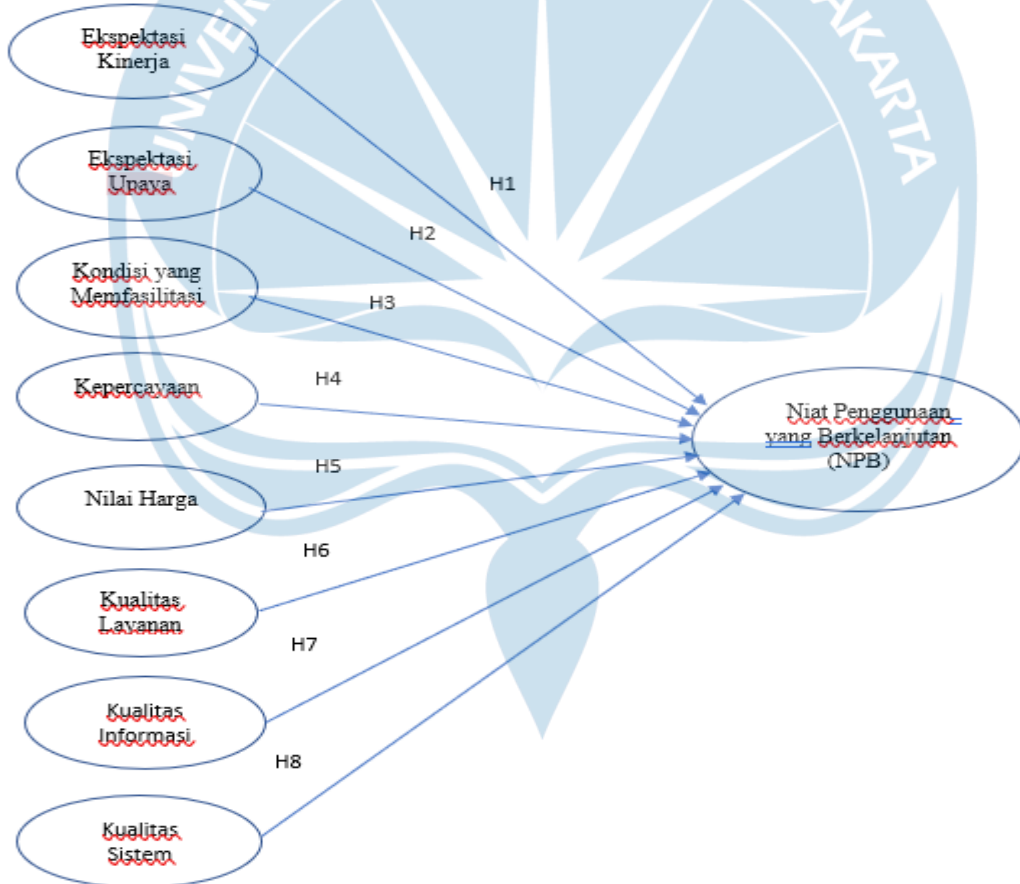
Gambar 2.3 Model Penelitian
Sumber: Singh & Somaiya (2020)



Gambar 2.4 Model Penelitian
Sumber: Amin et al. (2022)



Gambar 2.5 Model Penelitian
 Sumber: Ojo (2017)



Gambar 2.6 Model Penelitian
 Sumber: Amin et al. (2022); Ojo (2017); Singh & Somaiya (2020)