



**ANALISIS NIAT BERKELANJUTAN PENGGUNAAN APLIKASI
TELEMEDICINE YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN**

TESIS

INDIRA NISA RAHMI 2310121033

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2025**



**ANALISIS NIAT BERKELANJUTAN PENGGUNAAN APLIKASI
TELEMEDICINE YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister

INDIRA NISA RAHMI 2310121033

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Indira Nisa Rahmi

NIM. : 2310121033

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 15 Mei 2025

Yang Menyatakan



Handwritten signature of Indira Nisa Rahmi.

Indira Nisa Rahmi

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indira Nisa Rahmi
NIM : 2310121033
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tesis saya yang berjudul:

**ANALISIS NIAT BERKELANJUTAN PENGGUNAAN APLIKASI *TELEMEDICINE*
YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengasihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasi tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta Selatan

Pada tanggal : 15 Mei 2025

Yang Menyatakan



Indira Nisa Rahmi

TESIS

ANALISIS NIAT BERKELANJUTAN PENGGUNAAN APLIKASI *TELEMEDICINE* YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Indira Nisa Rahmi 2310121033

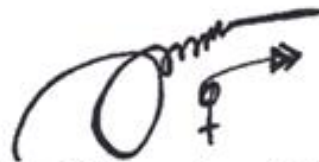
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 11 Juli 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Triwardhani, S.E., M.M., CPM., PhD
Ketua Penguji



Dr. Miguna Astuti, S.Si., MM., MOS., CPM
Pembimbing I



Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE., Msi
Pembimbing II




Dr. Jubaedah, SE.MM
Dekan



Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., M.M.
Koordinator Prodi Magister Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 20 Juli 2025

ANALYSIS OF CONTINUATION INTENTION TO USE TELEMEDICINE APPLICATIONS MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION

By: Indira Nisa Rahmi

A B S T R A C T

The digital era has driven the transformation of healthcare services through telemedicine technology, but its continued adoption remains a challenge. This study aims to analyze the influence of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived enjoyment, and trust on the intention to continue using telemedicine applications, with customer satisfaction as a mediating variable. The study was conducted using a quantitative approach through the distribution of questionnaires to telemedicine application users. The analysis technique used was Structural Equation Modeling (SEM). The results of the study indicate that perceived usefulness, perceived enjoyment, and trust have a positive and significant influence on the intention to continue using the application, both directly and through customer satisfaction. Meanwhile, perceived ease of use does not directly influence sustained intention but has an indirect influence through customer satisfaction, which is nearly significant. Customer satisfaction is proven to be an important mediating variable in strengthening the relationship between user perceptions and sustained intention. These findings contribute theoretically to the development of a sustained intention model in the field of digital health services and provide practical implications for application developers and service providers to enhance user experience quality to maintain loyalty and sustained use of telemedicine applications amid post-pandemic dynamics and healthcare sector inflation.

Keywords: *Telemedicine, continuance intention, satisfaction, Technology Acceptance Model (TAM)*

ANALISIS NIAT BERKELANJUTAN PENGGUNAAN APLIKASI TELEMEDICINE YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN

Oleh Indira Nisa Rahmi

ABSTRAK

Era digital telah mendorong transformasi layanan kesehatan melalui teknologi *telemedicine*, namun adopsi berkelanjutannya masih menjadi tantangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kesenangan, dan kepercayaan terhadap niat berkelanjutan penggunaan aplikasi *telemedicine*, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna aplikasi *telemedicine*. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kesenangan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkelanjutan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan pelanggan. Sementara itu, persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh langsung terhadap niat berkelanjutan, namun memiliki pengaruh tidak langsung melalui kepuasan pelanggan yang mendekati signifikan. Kepuasan pelanggan terbukti sebagai variabel mediasi yang penting dalam memperkuat hubungan antara persepsi pengguna dan niat berkelanjutan. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan model niat berkelanjutan di bidang layanan kesehatan digital serta memberikan implikasi praktis bagi pengembang aplikasi dan penyedia layanan untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengguna demi menjaga loyalitas dan keberlanjutan penggunaan aplikasi *telemedicine* di tengah dinamika pascapandemi dan inflasi sektor kesehatan.

Kata Kunci: Telemedicine, niat berkelanjutan, kepuasan pelanggan, Technology Acceptance Model (TAM)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GENAP TA. 2024/2025

Pada hari ini, Jum'at, tanggal 11 Juli 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir
bagi mahasiswa:

Nama : Indira Nisa Rahmi

NIM : 2310121033

Program Studi : Manajemen S2

Judul Tugas Akhir :

ANALISIS NIAT BERKELANJUTAN PENGGUNAAN APLIKASI TELEMEDICINE
YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata 85.27
dan Nilai HurufA.

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, S.E., M.M., CPM., PhD	Ketua	
2	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S.,MBA.,CWM	Anggota I	
3	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE., Msi.	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100	= A
80 - 84.99	= A-
75 - 79.99	= B+
70 - 74.99	= B
65 - 69.99	= B-
60 - 64.99	= C+
55 - 59.99	= C
40 - 54.99	= D
0 - 39.99	= E

Jakarta, 11 Juli 2025

Mengesahkan

a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Manajemen S2

Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM

PRAKATA

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, kekuatan, dan kemudahan yang telah diberikan selama proses penyusunan tesis ini hingga akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Tesis dengan judul **“Analisis Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi *Telemedicine* Yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan”** disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Proses penyusunan tesis ini, penulis menyadari tidak akan dapat menyelesaikannya tanpa bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dosen pembimbing, ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si., MM., MOS., CPM dan ibu Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE., Msi yang telah dengan sabar memberikan arahan, masukan, dan motivasi selama proses penyusunan tesis ini.
 2. Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan dukungan.
 3. Teman-teman seperjuangan di program Magister Manajemen UPN Veteran Jakarta atas kebersamaan dan kerja samanya selama masa studi.
 4. Sahabat dan rekan kerja yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan dukungan.
- Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, Juli 2025

Penulis,



Indira Nisa Rahmi

NIM. 2310121033

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	..iv
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
<i>ABSTRACT</i>.....	vi
ABSTRAK.....	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	16
2.1.3 Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi.....	17
2.1.3.1 Definisi Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi.....	17
2.1.3.2 Dimensi Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi	17
2.1.3.3 Indikator Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi	18
2.1.3.4 Konstruk Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi.....	18
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.4.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.4.2 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	20

2.1.4.3	Konstruk Kepuasan Pelanggan.....	20
2.1.5	Persepsi Kegunaan	20
2.1.5.1	Definisi Persepsi Kegunaan.....	20
2.1.5.2	Dimensi Persepsi Kegunaan.....	21
2.1.5.3	Indikator Persepsi Kegunaan.....	21
2.1.5.4	Konstruk Persepsi Kegunaan.....	21
2.1.6	Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	22
2.1.6.1	Definisi Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	22
2.1.6.2	Dimensi Persepsi Kemudahan Penggunaan	23
2.1.6.3	Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan	23
2.1.6.4	Konstruk Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	23
2.1.7	Persepsi Kesenangan	23
2.1.7.1	Definisi Persepsi Kesenangan	23
2.1.7.2	Indikator Persepsi Kesenangan	24
2.1.7.3	Konstruk Persepsi Kesenangan	24
2.1.8	Kepercayaan	25
2.1.8.1	Definisi Kepercayaan	25
2.1.8.2	Indikator Kepercayaan	25
2.1.8.3	Konstruk Kepercayaan	26
2.2	Penelitian yang Relevan	26
2.3	Kerangka Berpikir	34
2.3.1	Persepsi Kegunaan dan Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi	34
2.3.2	Persepsi Kegunaan dan Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi Melalui Kepuasan Pelanggan.....	34
2.3.3	Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi	34
2.3.4	Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi Melalui Kepuasan Pelanggan.....	35
2.3.5	Persepsi Kesenangan dan Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi	35
2.3.6	Persepsi Kesenangan dan Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi Melalui Kepuasan Pelanggan.....	35
2.3.7	Kepercayaan dan Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi.....	36

2.3.8	Kepercayaan dengan Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi Melalui Kepuasan Pelanggan.....	36
2.3.9	Kepuasan Pelanggan dan Niat Berkelanjutan Penggunaan Aplikasi	36
2. 4	Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		39
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3. 2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1	Populasi	41
3.2.2	Sampel.....	41
3.3	Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.1	Jenis Data	42
3.3.2	Sumber Data	42
3.3.3	Pengumpulan Data	42
3.4	Teknik Analisis Data	45
3.4.1	Analisis Deskriptif.....	46
3.4.2	Inferensial	46
3.4.3	Uji Kualitas Data	46
3.4.3.1	Uji Validitas	46
3.4.3.2	Uji Reliabilitas.....	47
3.4.3.3	Statistik Deskriptif.....	47
3.4.3.4	Analisis Statistik Inferensial.....	48
3.4.4	Uji Hipotesis.....	48
3.4.4.1	Uji R Square (Koefisien Determinasi)	51
3.4.4.2	Uji Q Square.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	53
4.2	Deskripsi Data Penelitian	54
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	54
4.2.2	Deskripsi Data Penelitian	56
4.2.2.1	Analisis Data Deskriptif Niat Berkelanjutan.....	56
4.3	Uji Hipotesis dan Analisis.....	66
4.3.1	Merancang Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	66

4.3.2	Merancang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	67
4.3.3	Membuat Konstruksi Diagram Jalur	68
4.3.4	Konversi ke Sistem Persamaan	68
4.3.5	Estimasi Koefisien Jalur, <i>Loading Factor</i> dan <i>Weight</i>	68
4.3.6	Evaluasi Goodness of Fit.....	70
4.3.7	Uji Hipotesis.....	75
4.4	Pembahasan	81
4.4.1	Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Berkelanjutan	81
4.4.2	Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Berkelanjutan Melalui Kepuasan Pelanggan	82
4.4.3	Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Berkelanjutan	83
4.4.4	Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Berkelanjutan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	84
4.4.5	Persepsi Kesenangan Terhadap Niat Keberlanjutan	85
4.4.6	Persepsi Kesenangan Terhadap Niat Berkelanjutan Melalui Kepuasan Pelanggan	86
4.4.7	Kepercayaan Terhadap Niat Keberlanjutan	87
4.4.8	Kepercayaan terhadap Niat Berkelanjutan Melalui Kepuasan Pelanggan	89
4.4.9	Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Berkelanjutan	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		92
5.1	Simpulan.....	92
5.2	Saran.....	93
5.2.1	Bagi Penyedia Layanan	93
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya.....	94
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN		105

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Penelitian Terdahulu yang Relevan	26
Tabel 2.	Pengukuran Variabel	40
Tabel 3.	Skala Likert.....	43
Tabel 4.	Kisi-kisi Instrument	43
Tabel 5.	Interpretasi Nilai Loading Factor.....	48
Tabel 6.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	52
Tabel 7.	Karakteristik Demografis Responden.....	54
Tabel 8.	Deskripsi Data Variabel Niat Berkelanjutan	58
Tabel 9.	Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pelanggan	59
Tabel 10.	Deskripsi Data Variabel Persepsi Kegunaan	61
Tabel 11.	Deskripsi Data Variabel Kemudahan Penggunaan.....	63
Tabel 12.	Deskripsi Data Variabel Persepsi Kesenangan.....	64
Tabel 13.	Deskripsi Data Variabel Kepercayaan.....	66
Tabel 14.	Nilai <i>outer loading</i>	71
Tabel 15.	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	72
Tabel 16.	Nilai <i>Cross Loadings</i>	73
Tabel 17.	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	74
Tabel 18.	<i>R-Square</i>	75
Tabel 19.	Hasil Uji <i>Cross-Validated Redundancy</i> (Q^2).....	76
Tabel 20.	Hasil Uji <i>Effect Size</i> (f^2).....	77
Tabel 21.	Hasil Uji T-Statistik.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Data yang mengunduh dan memasang aplikasi tahun 2023 dan 2024.....	2
Gambar 2.	Survei aplikasi <i>telemedicine</i> yang digunakan di Indonesia pada tahun 2022	3
Gambar 3.	Data Pengguna Aplikasi <i>Teleconference</i>	4
Gambar 4.	Survei Tentang Alasan Masyarakat Indonesia Menggunakan Internet pada Tahun 2024	5
Gambar 5.	Survei Tentang Alasan Masyarakat Indonesia Tidak Memanfaatkan <i>Telemedicine</i> pada Tahun 2022.....	6
Gambar 6.	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	37
Gambar 7.	Inner Model Penelitian	67
Gambar 8.	<i>Outer Model</i> Penelitian	67
Gambar 9.	Diagram Jalur	68
Gambar 10.	Estimasi variabel laten penelitian.....	69
Gambar 11.	Re-estimasi Model.....	70