

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* YANG DIMEDIASI OLEH *E-TRUST* (STUDI EMPIRIS: PENGGUNA *TELEMEDICINE* DI RUMAH SAKIT X TANGERANG)

Putu Kusuma Edhi, Andreas Heryjanto

Universitas Bunda Mulia, Indonesia

Author Corresponding:
Putu Kusuma Edhi

Abstract.

The Covid 19 pandemic phenomenon that occurred several years ago resulted in a decrease in the percentage of patient visits to hospitals, so the hospital had to make innovations so that people, especially in certain conditions, could still check their health comfortably without having to visit the hospital. Health services must make innovations, one form of innovation in hospitals today is by using digitalization of Telemedicine health services, where patients and doctors can have personal consultations using communication technology, such as through video calls and conference calls provided in hospitals. The purpose of this research is to determine the influence of 1) e-service quality on customer satisfaction; 2) to determine the effect of e-service quality on E-Trust; 3) find out which E-Trust mediates the influence of e-service quality on customer satisfaction at RS X Tangerang. This research method is descriptive quantitative by collecting questionnaire data from outpatients at RS X Tangerang. The sample for this study was 120 patients. The results of the analysis show that the E-service Quality (ES) variable has an influence on the Customer satisfaction (CS) variable; (2) the E-service Quality (ES) variable has a positive and significant effect on the E-Trust (ET) variable; (3) the E-Trust (ET) variable has a positive and significant effect on the Customer satisfaction (CS) variable.

Keywords: e-service quality, E-Trust, customer satisfaction, Telemedicine.

PENDAHULUAN

Pandemi virus Covid 19 diakhir Desember di tahun 2019 yang lalu memberikan dampak yang luar biasa dimana semua kegiatan harus sesuai protokol Kesehatan yang ketat seperti membatasi kontak fisik dan menjaga jarak antara manusia, pandemi covid 19 beberapa tahun lalu mengakibatkan menurunnya prosentase kunjungan pasien ke rumah sakit. Menurunnya angka kunjungan pasien ke rumah sakit yang cukup signifikan membuat industri layanan kesehatan harus membuat inovasi bagaimana agar masyarakat terutama dalam kondisi tertentu tetap bisa memeriksakan kesehatan mereka dengan nyaman tanpa harus berkunjung ke rumah sakit.

Hal tersebutlah yang mendorong layanan kesehatan harus membuat inovasi berupa **Telemedicine**, di mana pasien dan dokter bisa berkonsultasi secara personal menggunakan teknologi komunikasi, seperti melalui **video call** dan **conference call** yang disediakan. Inovasi **Telemedicine** ini juga secara otomatis mencakup layanan pengantaran obat hingga ke rumah pasien jika diperlukan. Digitalisasi layanan kesehatan seperti **Telemedicine** sangat tepat sekali untuk menjawab permasalahan yang ada di masyarakat beberapa tahun ini, karena penggunaannya yang cukup praktis.

Teknologi informasi digital berupa aplikasi pelayanan kesehatan yang bisa diadopsi oleh rumah sakit, Salah satunya adalah Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit (SIMRS), yang seharusnya sudah diadopsi oleh rumah sakit dalam rangka memenuhi amanat yang tercantum pada Permenkes No. 82 Tahun 2013 tentang SIMRS. Pada peraturan tersebut menyebutkan

bahwa keberadaan SIMRS merupakan salah satu syarat yang harus dimiliki rumah sakit agar dapat memberikan pelayanan kesehatan digital yang lebih berkualitas.

Hasil penelitian Muhamad Lutfi Prayitno (2023) menjelaskan pengaruh e-service quality dan trust terhadap customer loyalty aplikasi Halodoc dengan customer satisfaction sebagai variabel mediasi. Dengan demikian hal ini dapat dilihat bahwa aplikasi Halodoc berpengaruh terhadap trust, e-service quality dan customer satisfaction. Hasil penelitian Annisa Dayani (2022) menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pelayanan yang baik untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Arkadi Bilenkin (2022) menunjukkan bahwa telemedicine mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien Departemen Neuro-Onkologi. Dengan demikian kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pasien melalui aplikasi medicine. Hasil penelitian Afifa Nur Chabibah et all (2021) menjelaskan adanya hubungan antara mutu pelayanan dan kepuasan melalui pelayanan platform Halodoc sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang kurang baik sebelumnya.

Pandemic covid 19 sangat mendorong konsumen/pembeli yang memerlukan layanan kesehatan dan obat-obatan medis dan yang lainnya secara mudahnya dan real time. Melalui layanan secara digitalisasi, Rumah Sakit Mayapada menawarkan fasilitas layanan *telemedicine*: *find a doctor, book an appointment* dan medical check up. Dengan layanan *telemedicine* yang terdapat di RS X Tangerang tersebut mempunyai tujuan untuk meningkatkan layanan kesehatan lengkap dan disesuaikan dengan kebutuhan pasien yang membutuhkan layanan kesehatan dan obat-obatan medis dan yang lainnya. Dengan adanya penerapan layanan *telemedicine* di RS X Tangerang dapat mendorong pasien dalam memenuhi kebutuhan akan layanan kesehatan dan obat-obatan medis dan yang lainnya yang diperlukan para pasien dan juga berdampak terhadap peningkatan pendapatan di RS X Tangerang. Berikut adalah jumlah pasien RS X Tangerang dari 6 tahun yang lalu hingga 6 bulan di tahun 2022 RS X Tangerang:

Tabel 1.2. Jumlah Pasien Rawat Jalan di RS X Tangerang

Jumlah Pasien Rawat Jalan Tahun 2021	Jumlah Pasien Rawat Jalan 6 Bulan Pertama Tahun 2022
34.000 Pasien	228.796 Pasien

Sumber: RS X Tangerang

Tabel diatas menunjukkan secara keseluruhan jumlah pasien rawat jalan di tahun 2021 di RS X Tangerang pada masa pandemic Covid 19 berjumlah 34.000 pasien, namun dalam kurun waktu 6 bulan di tahun 2022 jumlah kunjungan pasien di RS X Tangerang mengalami peningkatan yang signifikan. Pada 6 bulan tahun 2022 RS X Tangerang mulai mengembangkan dan menerapkan layanan informasi digital dalam layanan kesehatan dalam layanan pembelian obat-obatan dan yang lainnya.

Dalam layanan Kesehatan dana pembelian obat-obatan dan yang lainnya pada saat pandemic Covid 19, pasien dapat memanfaatkan layanan kesehatan berbasis teknologi yaitu *telemedicine service*. Dengan *telemedicine service* tersebut pelanggan/pembeli dapat mengakses semua informasi terhadap layanan kesehatan dan layanan obat-obatan dan lainnya yang dibutuhkannya dengan mudah dan praktis hanya dengan melalui internet tanpa harus datang langsung ke RS X Tangerang tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Annisa Dayani, Agung Kresnamurti Rivai, Shandy Aditya (2022) menunjukkan bahwa *telemedicine* berdampak positif terhadap dan kepercayaan merek dalam niat pembelian kembali dimediasi oleh kepuasan pelanggan dan niat pembelian kembali dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan pada latar belakang diatas, identifikasi masalah pada penelitian ini adalah dalam rentang waktu di 6 bulan tahun 2022 di masa pandemi Covid 19 mengalami peningkatan jumlah pasien rawat jalan dibandingkan pada tahun 2021 yang lalu

di RS X Tangerang. Rendahnya jumlah pasien rawat jalan pada tahun 2021 yang lalu dimungkinkan akibat belum adanya *E-Trust (ET)* terhadap pengembangan dan penerapan layanan kesehatan berbasis teknologi yaitu *telemedicine service* dalam layanan kesehatan dan pembelian obat-obatan dan yang lainnya, sehingga melalui dan *e-service quality* mempunyai dampak dalam meningkatkan *E-Trust (ET)* dan *customer satisfaction* dalam layanan kesehatan yang ada di RS X Tangerang.

Permasalahan pokok yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah melihat pengaruh kualitas layanan informasi digital terhadap kepuasan pelanggan di RS X Tangerang. Pada saat tulisan ini dibuat, RS X Tangerang sudah memulai mengembangkan dan menerapkan layanan informasi digital dalam layanan kesehatan dalam layanan pembelian obat-obatan dan yang lainnya.

Hipotesis penelitian dalam penelitian ini adalah: 1) *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*; 2) *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Trust*; 3) *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*; 4) *E-Trust* memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction*.

Tujuan Penelitian adalah 1) untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* di RS X Tangerang; 2) untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap *E-Trust* di RS X Tangerang; 3) untuk mengetahui pengaruh *E-Trust* terhadap *customer satisfaction* di RS X Tangerang; 4) untuk mengetahui *E-Trust* memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* di RS X Tangerang.

METODE PENELITIAN

Tata kerja penelitian ditulis secara jelas, sehingga percobaan atau penelitian tersebut dapat diulang dengan hasil yang sama. Berisi rancangan desain/prosedur penelitian, populasi dan sampel/sumber data, teknik pengumpulan data dan pengembangan instrumen, teknik analisis data. Pemaparan dilakukan secara naratif dalam bentuk alinea yang terpadu.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah dengan pendekatan *Structural Equation Model (SEM)* untuk perangkat instrumen kesimpulan lewat Lisrel, Dengan memakai *Structural Equation Model (SEM)*-Lisrel dalam menganalisa efek antara variabel yaitu variabel *E-Trust (ET)*, *E-Service Quality* dan *Customer Satisfaction*. Pemodelan konseptual didalam Lisrel didasarkan terhadap studi sebelumnya dan untuk mengembangkan dan membangun estimasi. Penelitian dilakukan di RS X Tangerang, dengan waktu penelitian adalah 6 bulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pasien rawat jalan yang menerima pelayanan kesehatan di RS X Tangerang. Dan sampel dalam penelitian ini adalah 120 pasien rawat jalan yang menerima pelayanan kesehatan di RS X Tangerang. Variable dalam penelitian ini adalah *E-Trust (ET)*, *E-Service Quality* dan *Customer Satisfaction*. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Rancangan analisis data dalam penelitian adalah dengan menggunakan penerapan *Structural Equation Model (SEM)* untuk perangkat instrumen kesimpulan lewat Lisrel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Memuat uraian: (a) data yang disajikan telah diolah dituangkan dalam tabel dan atau gambar, beri keterangan yang mudah dipahami, (b) pada bagian pembahasan diuraikan adanya kaitan antara hasil yang diperoleh dan konsep dasar dan/atau hipotesis, (c) apakah ada kesesuaian atau pertentangan dengan hasil penelitian orang lain; (d) juga disarankan dituliskan tentang implikasi hasil penelitian baik teoretis maupun penerapan.

Setelah dilakukan *analisis* Variabel, maka hasil penelitian ini adalah:

Hasil Penelitian

Hasil Analisis Deskriptif Terkait Profil Responden dan Indikator Hasil Analisis Deskriptif Terkait Profil Responden dan Indikator Variabel Penelitian

Karakteristik Responden

Berikut adalah hasil deskriptif profil responden yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4.1 Tabel Hasil Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
16-20 Tahun	26	21,7
21-25 Tahun	19	15,8
26-30 Tahun	30	25
31-35 Tahun	17	14,2
36-40 Tahun	11	9,2
41-45 Tahun	5	4,2
46-50 Tahun	9	7,5
51-55 Tahun	3	2,5
Total	120	100%

Sumber: Hasil kuesioner responden (2023)

Berdasarkan hasil data responden yang telah diperoleh, diketahui terdapat 26 pasien (21,7%) dengan usia 16-20 tahun dan 19 orang (15,8%) dengan usia 21-25 tahun dan terdapat 30 orang pasien (25%) dengan usia 26- 30 tahun dan 17 orang pasien (14,2%) dengan rentang usia 31-35 tahun dan 11 orang pasien (9,2%) dengan rentang usia 36-40 tahun dan 5 orang pasien (4,2%) dengan rentang usia 41-45 tahun dan juga terdapat 9 orang pasien (7,5%) dengan rentang usia 46-50 tahun serta terdapat 3 orang pasien (2,5%) dengan rentang usia 51-55 tahun. Dari data tabulasi tersebut dapat diketahui mayoritas pasien dengan rentang usia 26-30 tahun.

Tabel 4.2 Tabel Hasil Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SLTA/SMK	29	24,2
D3	17	14,2
S1	67	55,8
S2	7	5,8
Total	120	100%

Sumber: Hasil kuesioner responden (2023)

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, diketahui terdapat 29 orang pasien (24,2%) yang memiliki tingkat pendidikan SLTA/SMK, 17 orang pasien (14,2%) dengan tingkat pendidikan D3 dan dengan tingkat pendidikan S1 terdapat 67 orang pasien (55,8%) dan terdapat 7 orang pasien (5,8%) dengan tingkat pendidikan S2. Sehingga dapat dinyatakan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah dengan tingkat pendidikan S1.

Tabel 4.3 Tabel Hasil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frequency	Percent
Wiraswasta	29	24,2
PNS/ASN	11	9,2
Karyawan Swasta	41	34,2
Lainnya	39	32,5
Total	120	100,0

Sumber: Hasil kuesioner responden (2023)

Berdasarkan dari hasil data yang diperoleh, diketahui terdapat 29 orang pasien (24,2%) dengan pekerjaan wiraswasta, 11 orang pasien (9,2%) dengan pekerjaan sebagai PNS/ASN, 41 orang pasien (34,2%) dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta dan terdapat 39 orang pasien dengan pekerjaan lainnya.

Tabel 4.4 Tabel Hasil Responden Berdasarkan Poli Layanan Kesehatan

Poli Layanan	Frequency	Percent
Kulit & Kecantikan Penyakit Kelamin	20	16,7
Mata	21	17,5
THT	9	7,5
Gigi	17	14,2
Uro-Nephrology	3	2,5
Jantung	5	4,2
Tumor/Kanker	1	0,8
Tulang	8	6,7
Kandungan & Kebidanan	18	15
Internis Umum (Kelenjar dan Ginjal), Alergi & Kekebalan, serta Paru	18	15
Total	120	100,0

Sumber: Hasil kuesioner responden (2023)

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, diketahui bahwa terdapat 20 orang pasien (16,7%) adalah merupakan pasien di poli layanan kesehatan kulit & kecantikan penyakit dan kelamin, 21 orang pasien (17,5%) merupakan pasien di poli layanan mata, 9 orang pasien (7,5%) merupakan pasien di poli layanan THT, 17 orang pasien (14,2%) merupakan pasien di poli layanan gigi, 3 orang pasien (2,5%) merupakan pasien di poli layanan *uro-nephrology*, 5 orang pasien (4,2%) adalah merupakan pasien di poli layanan kesehatan jantung, 1 orang pasien (0,8%) merupakan pasien di poli layanan kesehatan tumor/kanker, 8 orang pasien (6,7%) merupakan pasien di poli layanan kesehatan tulang, 18 orang pasien (15%) adalah merupakan pasien di poli layanan kesehatan kandungan & kebidanan, 18 orang pasien (15%) adalah pasien di poli layanan kesehatan internis umum (kelenjar dan ginjal, alergi & kekebalan, serta paru).

Hasil Deskriptif Variabel

Deskriptif variabel digunakan untuk mengetahui hasil deskriptif variabel -variabel dan besarnya nilai rata-rata dari indikator, tabel 4.5 menunjukkan hasil deskriptif ke tiga variabel dalam penelitian yaitu, *E-Service Quality*, *Customer Satisfaction* dan *E-Trust (ET)*. Hasil deskriptif terhadap ke tiga variabel penelitian yang dilakukan terhadap responden sebagai berikut:

Tabel 4.5 Tabel Hasil Deskriptif Variabel

No	Kode Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah	Rata-Rata	Kategori	
		SS	S	N	TS	STS				
E-Service Quality										
1	E-SQ Kdl (Ribty) 1.1	F	4	36	77	2	1	120	3,33	Setuju
		%	3,3	30	64,2	1,7	0,8	100		
2	E-SQ Kdl (Ribty) 1.2	F	3	48	65	4	0	120	3,42	Setuju
		%	2,5	40	54,2	3,3	0	100		
3	E-SQ Dytg (Resp) 1.1	F	2	66	49	3	0	120	3,56	Setuju
		%	1,7	55	40,8	2,5	0	100		
4	E-SQ Dytg (Resp) 1.2	F	2	61	56	1	0	120	3,53	Setuju
		%	1,7	50,8	46,7	0,8	0	100		
5	E-SQ Priv/Sec) 1.1	F	4	53	60	2	1	120	3,48	Setuju
		%	3,3	44,2	50	1,7	0,8	100		
6	E-SQ Priv/Sec) 1.2	F	3	57	54	4	2	120	3,46	Setuju
		%	2,5	47,5	45	3,3	1,7	100		
7	E-SQ Klts/ Infor Brmft (Qly / Benefit Information) 1.1	F	4	58	55	3	0	120	3,53	Setuju
		%	3,3	48,3	45,8	2,5	0	100		
8	E-SQ Klts/ Infor Brmft (Qly / Benefit Information) 1.2	F	1	56	61	2	0	120	3,47	Setuju
		%	0,8	46,7	50,8	1,7	0	100		
9	E-SQ Klts/ Infor Brmft (Qly / Benefit Information) 1.2	F	5	43	71	1	0	120	3,43	Setuju
		%	4,2	35,8	59,2	0,8	0	100		

10	E-SQ Kits/ Infor Brmft (Qty / Benefit Information) 1.2	F	3	52	62	3	0	120		
		%	2,5	43,3	51,7	2,5	0	100	3,46	Setuju
Customer Satisfaction										
1	CS Kegunaan 1.1	F	5	47	64	4	0	120		
		%	4,2	39,2	53,3	3,3	0	100	3,44	Setuju
2	CS Kegunaan 1.2	F	5	49	62	3	1	120		
		%	4,2	40,8	51,7	2,5	0,8	100	3,45	Setuju
3	CS Dsn Sts (Site Design) 1.1	F	4	62	53	1	0	120		
		%	3,3	51,7	44,2	0,8	0	100	3,58	Setuju
4	CS Dsn Sts (Site Design) 1.2	F	5	69	45	1	0	120		
		%	4,2	57,5	37,5	0,8	0	100	3,65	Setuju
5	CS Kmn (Security) 1.1	F	27	56	35	2	0	120		
		%	22,4	46,7	29,2	1,7	0	100	3,9	Setuju
6	CS Kmn (Security) 1.2	F	31	57	31	1	0	120		
		%	25,9	47,5	25,8	0,8	0	100	3,98	Setuju
7	CS Kmp Mely ((Service Ability) 1.1	F	16	70	34	0	0	120		
		%	13,4	58,3	28,3	0	0	100	3,85	Setuju
8	CS Kmp Mely ((Service Ability) 1.2	F	17	61	42	0	0	120		
		%	14,2	50,8	35	0	0	100	3,79	Setuju
E-Trust (ET)										
1	E-Trust (ET): Kmp (Ability) 1.1	F	19	74	26	1	0	120		
		%	15,8	61,7	21,7	0,8	0	100	3,93	Setuju
2	E-Trust (ET): Kmp (Ability) 1.2	F	12	80	28	0	0	120		
		%	10	66,7	23,3	0	0	100	3,87	Setuju
3	E-Trust (ET): Kbkan Hti (Benevolence) 1.1	F	43	58	18	1	0	120		
		%	35,8	48,4	15	0,8	0	100	4,19	Setuju
4	E-Trust (ET): Kbkan Hti (Benevolence) 1.2	F	37	68	13	1	1	120		
		%	30,9	56,7	10,8	0,8	0,8	100	4,16	Setuju
5	E-Trust (ET): Intgrts (Integrity) 1.1	F	19	76	25	0	0	120		
		%	15,8	63,3	20,8	0	0	99,9	3,95	Setuju
6	E-Trust (ET): Intgrts (Integrity) 1.2	F	12	72	34	2	0	120		
		%	10	60	28,3	1,7	0	100	3,78	Setuju

Sumber: Hasil kuesioner responden (2023)

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas dapat dilihat jawaban responden cenderung menjawab Setuju walaupun berbeda tipis dengan jawaban Sangat Setuju maupun Netral untuk variabel *E-Service Quality* (ES), *Customer Satisfaction* (CS) dan *E-Trust* (ET) terhadap penggunaan telemedicine di RS X Tangerang. Berdasarkan data variabel *E-Service Quality* dapat disimpulkan bahwa berdasarkan responden pasien, Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Privasi / Keamanan (*Privacy / Security*), Kualitas / Informasi Bermanfaat (*Quality / Benefit Information*) dan Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*) sudah sangat baik, hal ini dapat dilihat dari semua jawaban dari responden pasien memberikan penilaian Setuju terhadap seluruh variabel *E-Service Quality* terhadap penggunaan telemedicine di RS X Tangerang.

Tanggapan responden terhadap variabel *Customer Satisfaction* (CS) dapat disimpulkan bahwa kegunaan, desain situs (*site design*), keamanan (*security*), kemampuan melayani (*service ability*) juga sudah sangat baik, hal tersebut diperoleh dari semua jawaban dari responden pasien memberikan jawaban dengan penilaian Setuju terhadap seluruh variabel *Customer Satisfaction* (CS) terhadap penggunaan telemedicine di RS X Tangerang.

Respon terhadap variabel *E-Trust* (ET) juga dapat disimpulkan bahwa kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*) dan Integritas (*Integrity*) menunjukkan penilaian sudah sangat baik, hal tersebut dapat dilihat dari seluruh jawaban responden pasien yaitu Sangat Setuju terhadap seluruh variabel *E-Trust* (ET) terhadap penggunaan telemedicine di RS X Tangerang.

Hasil Pengujian Statistik

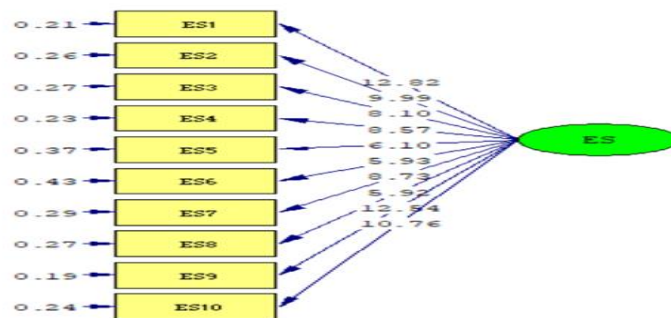
Stastistik digunakan untuk mengetahui hasil uji statistik seperti berikut:

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan terhadap jawaban dari 120 orang responden yang memperoleh layanan kesehatan melalui layanan telemedicine di RS X Tangerang yang telah mengisi kuesioner penelitian dan diolah menggunakan Lisrel.

Uji Validitas E-Service Quality (ES)

Hasil uji variabel *E-Service Quality* (ES) diukur menggunakan butir-butir pertanyaan yang terdiri dari 1-10 butir pertanyaan. Dengan menggunakan software yang sesuai akan didapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar 4.1 Loading Factor *E-Service Quality* (ES)



Gambar 4.2 T-Value *E-Service Quality* (ES)

Berikut rekap uji validitas dari variabel *E-Service Quality* (ES):

Tabel 4.6 Uji Validitas *E-Service Quality* (ES)

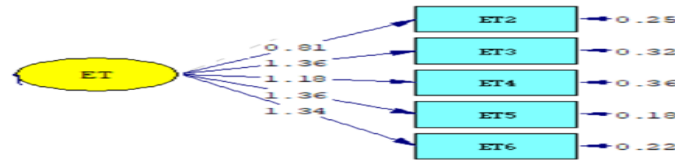
Item	Loading Factor	Standart	Rhitung	RTabel	TValue	Standart	Keterangan
ES1	12,82	0,5	0,21	0,1793	7,25	1,96	Valid
ES2	9,99	0,5	0,26	0,1793	5,50	1,96	Valid
ES3	8,10	0,5	0,27	0,1793	4,55	1,96	Valid
ES4	8,57	0,5	0,23	0,1793	5,13	1,96	Valid
ES5	6,10	0,5	0,37	0,1793	3,03	1,96	Valid
ES6	5,93	0,5	0,43	0,1793	2,71	1,96	Valid
ES7	8,73	0,5	0,29	0,1793	4,67	1,96	Valid
ES8	5,92	0,5	0,27	0,1793	3,42	1,96	Valid
ES9	12,54	0,5	0,19	0,1793	7,38	1,96	Valid
ES10	10,76	0,5	0,24	0,1793	6,11	1,96	Valid

Sumber: Hasil kuesioner responden (2023)

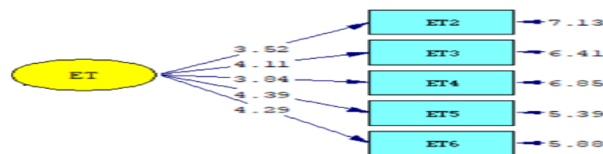
Berdasarkan hasil pengolahan diatas menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari tiap butir pertanyaan memberikan nilai yang baik. Dikarenakan tiap butir pertanyaan sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji validitas yaitu $r \text{ hitung} \geq 0,1793$ maka butir pertanyaan pada variabel *E-Service Quality* (ES) tersebut valid.

Uji Validitas E-Trust (ET)

Hasil uji variabel *E-Trust* diukur menggunakan butir-butir pertanyaan yang terdiri dari 1-6 butir pertanyaan. Dengan menggunakan software yang sesuai akan didapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar 4.5 Loading Factor *E-Trust*



Gambar 4.6 T-Value *E-Trust*

Berikut rekap uji validitas dari variabel *E-Trust*:

Tabel 4.7 Uji Validitas *E-Trust*

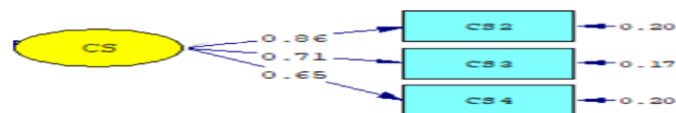
Item	Loading Factor	Standart	Rhitung	RTabel	TValue	Standart	Keterangan
ET2	0,81	0,5	0,25	0,1793	3,52	1,96	Valid
ET3	1,36	0,5	0,32	0,1793	4,11	1,96	Valid
ET4	1,16	0,5	0,36	0,1793	3,84	1,96	Valid
ET5	1,32	0,5	0,18	0,1793	4,39	1,96	Valid
ET6	1,33	0,5	0,22	0,1793	4,29	1,96	Valid

Sumber: Hasil kuesioner responden (2023)

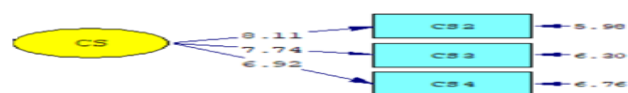
Berdasarkan hasil pengolahan diatas menunjukan bahwa hasil uji validitas dari tiap butir pertanyaan memberikan nilai yang baik. Dikarenakan tiap butir pertanyaan sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji validitas yaitu $r \text{ hitung} \geq 0,1793$ maka butir pertanyaan pada variabel *E-Trust* tersebut valid.

Uji Validitas Customer Satisfaction (CS)

Hasil uji variabel *Customer Satisfaction* (CS) diukur menggunakan butir-butir pertanyaan yang terdiri dari 1-8 butir pertanyaan. Dengan menggunakan software yang sesuai akan didapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar 4.3 Loading Factor *Customer Satisfaction* (CS)



Gambar 4.4 T-Value *Customer Satisfaction* (CS)

Berikut rekap uji validitas dari variabel Customer Satisfaction (CS):

Tabel 4.7 Uji Validitas Customer Satisfaction (CS)

Item	Loading Factor	Standart	Rhitung	RTabel	TValue	Standart	Keterangan
CS2	0,86	0,5	0,20	0,1793	8,11	1,96	Valid
CS3	0,71	0,5	0,17	0,1793	7,74	1,96	Tidak Valid
CS4	0,65	0,5	0,20	0,1793	6,92	1,96	Valid

Sumber: Hasil kuesioner responden (2023)

Berdasarkan hasil pengolahan diatas menunjukan bahwa hasil uji validitas dari tiap butir pertanyaan memberikan nilai yang baik. Dikarenakan tiap butir pertanyaan sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji validitas yaitu $r \text{ hitung} \geq 0,1793$ maka butir pertanyaan pada variabel *Customer Satisfaction* (CS) tersebut valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas *E-Service Quality* (ES), *Customer Satisfaction* (CS) dan *E-Trust* (ET) sebagai intervening. Uji reliabilitas terdiri dari beberapa pengukuran yang sudah diterapkan dalam ilmu statistik yaitu menguji nilai *cronbach's alpha* pada setiap indikator terhadap variabel, dapat dinyatakan valid jika *cronbach's* mencapai kesepakatan sebagai berikut:

Tabel 4.9 Tingkat Keandalan Cronbach's Alpha

Nilai Cronbach's Alpha	Keandalan
0,00 - 0,20	Kurang Andal
> 0,20 - 0,40	Agak Andal
0,40 - 0,60	Cukup Andal
0,60 - 0,80	Andal
0,80 - 1,00	Sangat Andal

Sumber: Hair et al. (2010:125)

Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha

Uji Cronbach alpha salah satu poin untuk menyatakan indikator terhadap variabel dinyatakan reliabel dengan menggunakan uji alpha.

Berikut hasil uji Cronbach alpha:

Tabel 4.10 Hasil Uji Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
<i>E-Service Quality</i> (ES)	0,746	10	Reliabel
<i>Customer Satisfaction</i> (CS)	0.796	8	Reliabel
<i>E-Trust</i> (ET)	0.747	6	Reliabel

Sumber: Output Olah Data 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.10 di atas bahwa pada masing-masing variabel, reliabel dapat dianalisa dengan standar statistik alpha variabel $> 0,6$ dapat dinyatakan reliabel.

Uji Composite Reliability

Berikut composite reliability, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.11 Hasil uji Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Std Value	Keterangan
<i>E-Service Quality</i> (ES)	0,9996	> 0.7	Reliabel
<i>E-Trust</i> (ET)	0,9641	> 0.7	Reliabel
<i>Customer Satisfaction</i> (CS)	0.8963	> 0.7	Reliabel

Sumber: Output Olah Data 2023

Berdasarkan tabel 4.11 bahwa variabel *E-Service Quality* (ES) memiliki nilai CR sebesar $0,9827 > 0,7$ dapat dikatakan reliabel, dan variabel *E-Trust* (ET) sebesar $0,9826 > 0,7$ dapat dikatakan

reliabel, variabel *Customer Satisfaction* (CS) sebesar $0,9837 > 0,7$ dapat dikatakan reliabel, Dengan demikian semua variabel layak untuk diujikan karena reliabel di atas 0,7 sesuai dengan standar value.

Uji AVE

Berikut hasil AVE pada masing-masing variabel, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.12 Hasil uji AVE

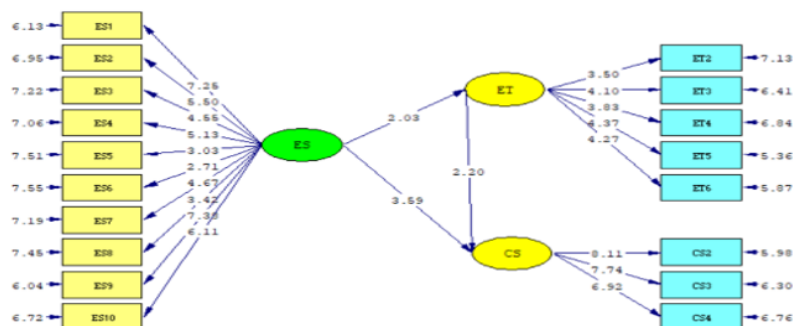
Variabel	AVE	Std Value	Keterangan
<i>E-Service Quality</i> (ES)	0,9968	> 0.5	Reliabel
<i>E-Trust</i> (ET)	0.8469	> 0.5	Reliabel
<i>Customer Satisfaction</i> (CS)	0,7906	> 0.5	Reliabel

Sumber: Output Olah Data 2023

Berdasarkan tabel V.11 bahwa variabel *E-Service Quality* (ES) memiliki nilai AVE sebesar $0,9968 > 0,5$ dapat dikatakan reliabel, dan variabel *E-Trust* (ET) memiliki nilai AVE sebesar $0.8469 > 0,5$ dapat dikatakan reliabel, variabel *Customer Satisfaction* (CS) memiliki nilai AVE sebesar $0.7906 > 0,5$ dapat dikatakan reliabel. Dengan demikian semua variabel layak untuk diujikan karena reliabel di atas 0,5 sesuai dengan standar value.

Uji Inner Model

Berikut merupakan model struktural dalam penelitian mengenai Pengaruh *E-Service Quality* (ES) terhadap *Customer Satisfaction* (CS) yang dimediasi oleh *E-Trust* (ET):



Gambar 4.7 Model structural

Berdasarkan pada Gambar 4.7 di atas bahwa nilai variabel *E-Service Quality* (ES) terhadap *E-Trust* (ET) digital yaitu 2,03, *E-Trust* (ET) terhadap *Customer Satisfaction* (CS) yaitu 2.20 dan variabel *E-Service Quality* (ES) terhadap *Customer Satisfaction* (CS) yaitu 3,59.

Analisis Goodness Of Fit (GOF)

Setelah dilakukan modifikasi berdasarkan rekomendasi LISREL, berdasarkan kriteria GOF (*Goodnes-of-fit*) yang ada, dimana batas $p\text{-value} > 0.05$ dan $RMSEA < 0.08$, maka GOF sudah dipenuhi, disimpulkan model sudah fit dengan data, karena dan $RMSEA = 0.01 < 0.08$ walaupun $p\text{-value} = 0,000 < 0.05$. Dari data *printed output* yang dihasilkan estimasi pengukuran pada program LISREL, analisis kecocokan keseluruhan model dapat dilihat dari angka statistik sebagai berikut:

```

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 167
Minimum Fit Function Chi-Square = 363.78 (P = 0.00)
Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 374.57 (P = 0.0)
Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 207.57
90 Percent Confidence Interval for NCP = (155.27, 267.60)

Minimum Fit Function Value = 3.06
Population Discrepancy Function Value (F0) = 1.74
90 Percent Confidence Interval for F0 = (1.30, 2.25)
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.10
90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.088, 0.12)
P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 3.87
90 Percent Confidence Interval for ECVI = (3.43, 4.37)
ECVI for Saturated Model = 3.53
ECVI for Independence Model = 10.61

Chi-Square for Independence Model with 190 Degrees of Freedom = 1222.31
Independence AIC = 1262.31
Model AIC = 460.57
Saturated AIC = 420.00
Independence CAIC = 1338.06
Model CAIC = 623.43
Saturated CAIC = 1215.37

Normed Fit Index (NFI) = 0.70
Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.78
Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.62
Comparative Fit Index (CFI) = 0.81
Incremental Fit Index (IFI) = 0.81
Relative Fit Index (RFI) = 0.66

Critical N (CN) = 70.49

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.038
Standardized RMR = 0.10
Goodness of Fit Index (GFI) = 0.76
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.70
Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.60

Time used: 0.063 Seconds

```

Gambar 4.8 GOF Statistik

Berdasarkan gambar diatas, dapat melakukan analisis kecocokan keseluruhan model dan hasil analisis terhadap ukuran GOF, dapat dirangkum pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model (Goodnes of Fit)

Ukuran GOF	Target Tingkatan Kecocokan	Marginal Fit	Hasil	Tingkat Kecocokan
ChiSquare P-Value	Nilai yang kecil $0.05 < p \leq 1$	$0.000 < p \leq 0.05$	Chi-Square = 374.57 (P = 0.0)	Good Fit
RMSEA	$RMSEA \leq 0.08$ $p \geq 0.50$	$RMSEA \leq 0.10$ $p \geq 0.045$	$0.10 < p < 0.05$	Marginal Fit
NFI	$0.90 \leq NFI \leq 1$	$0.80 \leq NFI < 0.9$	0.70	Not Fit
NNFI	$0.90 \leq NNFI \leq 1.00$	$0.80 \leq NNFI < 0.9$	0.78	Not Fit
IFI	$0.90 \leq IFI \leq 1$	$0.90 \leq IFI \leq 1$	0.81	Not Fit
CFI	$0.90 \leq CFI \leq 1$	$0.80 \leq CFI < 0.9$	0.81	Marginal Fit
RFI	$0.90 \leq RFI \leq 1$	$0.80 \leq RFI < 0.9$	0.66	Not Fit
GFI	$0.90 \leq GFI \leq 1$	$0.60 \leq GFI < 0.9$	0.76	Marginal Fit
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1.00$	$0.50 \leq AGFI < 0.9$	0.70	Marginal Fit

Tabel diatas menyimpulkan hasil uji kecocokan keseluruhan model. Dari pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, menunjukan terdapat 1 ukuran GOF yang menunjukan kecocokan yang baik (*good fit*), dan terdapat 4 ukuran GOF yang menunjukan kecocokan yang kurang baik (not fit) dan 4 ukuran GOF yang menunjukan kecocokan yang sedang (marginal fit), sehingga dapat disimpulkan bahwa kecocokan keseluruhan model adalah sedang (marginal fit).

Uji Kecocokan Model

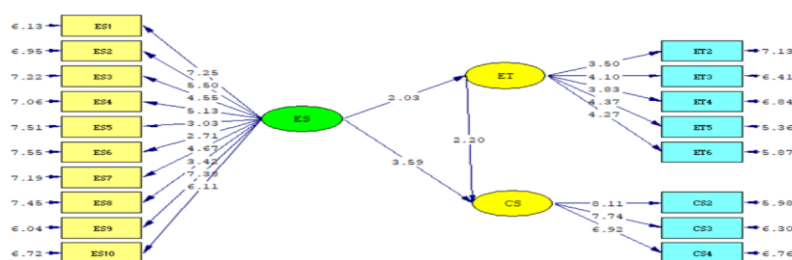
Setelah peneliti melakukan uji kecocokan keseluruhan model, maka tahap selanjutnya adalah menguji hipotesis penelitian pada model strukturalnya. pengujian model dilakukan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel *E-Service Quality* (ES), dan variabel Customer

Satisfaction (CS) yang dimediasi oleh variabel *E-Trust* (ET). dengan pengujian ini akan diketahui apakah hipotesis model penelitian diterima atau ditolak.

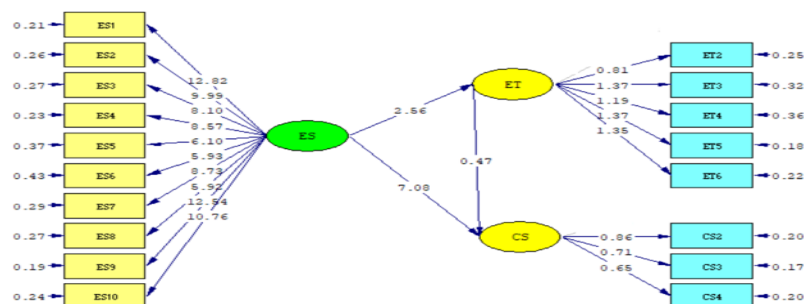
Keseluruhan variabel laten tersebut diukur dari 24 sub indikator yang telah disusun berupa pertanyaan, yaitu masing-masing variabel laten terdiri dari: *E-Service Quality* (ES) yaitu 10 sub indikator, variabel *E-Trust* (ET) yaitu 6 sub indikator dan variabel Customer Satisfaction (CS) yaitu 8 sub indikator.

Hasil uji hipotesis terlihat dari *print output* hasil proses *syntax* dalam rumus persamaan olahan peneliti dan juga terdapat pada *path diagram*. Pada hubungan yang signifikan akan ditandai dengan *T-Value* harus lebih besar dari pada *T-Tabel*. Hubungan yang signifikan akan ditandai dengan *T-Value* yang berwarna hitam pada *path diagram* dengan nilai $\geq 1,96$. sedangkan hubungan yang tidak signifikan ditandai dengan *T-Value* yang berwarna merah pada *path diagram* dengan nilai di bawah 1,96. *Path diagram* yang ditunjukkan pada gambar 4.7 memberikan gambaran mengenai hubungan antara variabel laten variabel *E-Service Quality* (ES), dan variabel Customer Satisfaction (CS) yang dimediasi oleh variabel *E-Trust* (ET).

Berikut di bawah ini adalah *path diagram* hasil uji hipotesis model:



Gambar 4.7 Model Structural T-Value



Gambar 4.7 Model Structural Estimate

Berdasarkan hipotesis H1 menyatakan *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, dapat dilihat dari *path diagram* di atas, hasil pengujian model memperlihatkan bahwa *T-Value* yaitu 3,59 dengan angka berwarna hitam, yang berarti nilai *T-Value* $> 1,96$ sehingga menunjukkan bahwa hipotesis H1 terbukti atau diterima. Hal ini menandakan bahwa ada hubungan yang ada pada hipotesis H1 adalah signifikan. Kemudian, untuk pengujian hipotesis H2 yaitu *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Trust* (ET) dapat dilihat dari *path diagram* di atas, hasil pengujian model memperlihatkan bahwa *T-Value* yaitu 2,03 dengan angka berwarna hitam, yang berarti nilai *T-Value* $> 1,96$ sehingga menunjukkan bahwa hipotesis H1 terbukti atau diterima. Hal ini menandakan bahwa ada hubungan yang ada pada hipotesis H1 adalah Signifikan. Pengujian hipotesis H3 yaitu *E-Trust* (ET) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, dapat dilihat dari *path diagram* di atas, hasil pengujian model memperlihatkan bahwa *T-Value* yaitu 2,20 dengan angka berwarna hitam, yang berarti nilai *T-Value* $> 1,96$ sehingga menunjukkan bahwa hipotesis H1 terbukti atau diterima. Hal ini menandakan bahwa ada hubungan yang ada pada hipotesis H1 adalah Signifikan. Selanjutnya, pembuktian hipotesis H4 yaitu *E-Trust* (ET) memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction*, dapat dilihat dari *path diagram* di atas, hasil pengujian model memperlihatkan bahwa *T-Value* yaitu 2,03 dengan angka berwarna hitam, yang

berarti nilai $T\text{-Value} > 1,96$ sehingga menunjukkan bahwa hipotesis H1 terbukti atau diterima. Hal ini menandakan bahwa ada hubungan yang ada pada hipotesis H1 adalah Signifikan.

Pengujian Hipotesis

Tabel 4.14 Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	T-Tabel	T Statistik	P Value	P Tabel	Keputusan	Pengaruh
1	<i>E-service Quality</i> (ES) berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Customer satisfaction</i> (CS).	1,96	3,59	0,00	0,05	H1 Diterima	Signifikan
2	<i>E-service Quality</i> (ES) berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>E-Trust</i> (ET).	1,96	2,03	0,00	0,05	H1 Diterima	Signifikan
3	<i>E-Trust</i> (ET) berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Customer satisfaction</i> (CS).	1,96	2,20	0,00	0,05	H1 Diterima	Signifikan
4	<i>E-Trust</i> (ET) memediasi pengaruh <i>E-service Quality</i> (ES) terhadap <i>Customer satisfaction</i> (CS).	1,96	2,03	0,00	0,05	H1 Diterima	Signifikan

PEMBAHASAN

E-service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer satisfaction*.

Variabel *E-service Quality* (ES) mempunyai Value-T sebesar 3,59 dimana $> 1,96$, P-Value $0,000 < 0,05$, maka **H1 diterima**, yang artinya variabel *E-service Quality* (ES) berpengaruh terhadap variabel *Customer satisfaction* (CS). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dilakukan oleh Aminatu Juhria (2021) yang meneliti tentang *E-service Quality* (ES) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer satisfaction* (CS) pengguna aplikasi *e-commerce* shopee. Dalam penelitian ini, menurut 120 orang responden mengenai variabel *E-service Quality* (ES) berpengaruh terhadap variabel *Customer satisfaction* (CS) pada layanan kesehatan dengan telemedicine di RS X Tangerang dengan memberikan respon yang baik.

E-service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Trust*.

Variabel *E-service Quality* (ES) mempunyai Value- T sebesar 2,03 dimana $> 1,96$, P-Value $0,000 < 0,05$, maka **H2 diterima**, sehingga diartikan bahwa variabel *E-service Quality* (ES) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *E-Trust* (ET). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dilakukan oleh Annisa Dayani (2022) menjelaskan bahwa *E-service Quality* (ES) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Trust* (ET) pengguna *telemedicine*. Dalam penelitian ini dimana 120 orang responden memberikan tanggapan mengenai variabel *E-service Quality* (ES) berpengaruh terhadap variabel *E-Trust* (ET) pada layanan kesehatan dengan telemedicine di RS X Tangerang dengan memberikan respon yang baik.

E-Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer satisfaction*.

Variabel *E-Trust* (ET) mempunyai nilai Value-T sebesar 2,20 dimana $> 1,96$, P-Value $0,000 < 0,05$, maka **H3 diterima**, yang artinya adalah variabel *E-Trust* (ET) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Customer satisfaction* (CS). Dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Dimas Aditya (2021) yang menjelaskan bahwa *E-Trust* (ET) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pengguna aplikasi Halodoc. Dalam penelitian ini, menurut 120 orang responden mengenai variabel *E-Trust* (ET) berpengaruh terhadap variabel *Customer satisfaction* (CS) pada layanan kesehatan dengan telemedicine di RS X Tangerang dengan memberikan respon yang baik.

E-Trust memediasi pengaruh *E-service Quality* terhadap *Customer satisfaction*.

Variabel *E-Trust* (ET) sebagai variabel mediasi mempunyai Value- T sebesar 2,03 dimana $> 1,96$, P-Value $0,000 < 0,05$, maka **H4 diterima**, sehingga diartikan bahwa variabel *E-Trust* (ET)

memediasi pengaruh *E-service quality* (ES) terhadap *Customer satisfaction* (CS). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dilakukan oleh Pradnyaswari (2020) menjelaskan bahwa *E-Trust* (ET) memediasi pengaruh *E-service quality* (ES) terhadap *customer satisfaction* (CS) terhadap e-commerce blibli.com. Dalam penelitian ini dimana 120 orang responden memberikan tanggapan mengenai Variabel *E-Trust* (ET) sebagai variabel mediasi berpengaruh terhadap variabel *E-service Quality* (ES) terhadap *Customer satisfaction* (CS) pada layanan kesehatan dengan *telemedicine* di RS X Tangerang dengan memberikan respon yang baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan oleh peneliti, maka kesimpulan dari hasil analisa adalah sebagai berikut: 1) Pengujian hipotesis H1, yang menyatakan *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, adalah terbukti sehingga hipotesis H1 diterima. Artinya pasien rawat jalan yang ada di RS X Tangerang merasa puas dan memberikan reaksi yang positif terhadap *E-service quality* layanan *telemedicine* yang ada di RS X Tangerang; 2) Pengujian hipotesis H2, yang menyatakan, *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Trust* (ET), adalah terbukti sehingga hipotesis H2 diterima. Artinya pasien rawat jalan mempunyai tingkat kepercayaan terhadap kualitas layanan kesehatan *telemedicine* yang ada di RS di RS X Tangerang; 3) Pengujian hipotesis H3, yang menyatakan *E-Trust* (ET) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, adalah terbukti sehingga hipotesis terhadap H3 diterima. Artinya pasien rawat jalan yang ada di RS X Tangerang merasa puas terhadap layanan kesehatan *telemedicine* sehingga mereka percaya menggunakan layanan kesehatan *telemedicine* yang ada di RS di RS X Tangerang; 4) Pengujian hipotesis H4, yang menyatakan *E-Trust* (ET) memediasi pengaruh *E-Service Quality* terhadap *customer satisfaction*, adalah terbukti sehingga hipotesis terhadap H4 diterima. Artinya pasien rawat jalan yang ada di RS X Tangerang merasa puas terhadap kualitas layanan kesehatan *telemedicine* yang ada di RS X Tangerang, hal tersebut juga dimediasi oleh adanya kepercayaan dari pasien rawat jalan di RS X Tangerang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ba, Sulin, Paul A. Pavlou. (2002). *Evidence of the Effect of Trust Building Technology in Electronic Market: Price Premiums and Buyer Behavior*. MIS Quarterly.
- Barret, Kim., et al., 2010, Ganong's Review of Medical Physiology. 23th edn. McGraw-Hill.
- Bourreau, M., & Valletti, T. (2015). Competition and Interoperability in Mobile Money Platform Markets: What Works and What Doesn't?. *Communications & Strategies*, 99, 11-32, 187, 189-190.
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., Aquilano, N. J. 2006. *Operations Management for Competitive Advantage*. Edisi Kesebelas. Universitas Indiana: McGrawHill/Irwin.
- Gefen D. 2000. E-commerce: the role of familiarity and trust. *Omega* 28, 725–737.
- Kotler, Philip & Keller. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Mayer, R. C., Davis, J. H. & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*.
- Peaaron, A., Tadisina, S., & Griffin, C. (2012). The Role of E-Service Quality and Information Quality in Perceived Value: Antecedents to Web Site Loyalty Information System Management, 29, 201-215. Doi:10.1080/10580530.2012.68731.
- Rousseau, D.M., S. Sitkin, R.S. Burt and C. Cameree 1998. "Not so different after all: A cross-discipline view of trust", *Academy of Management Review*, 23, 393-404.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: Andi
- Yousafzai et al. (2003). Pengaruh kepercayaan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian E-commerce pada tokopedia.com di jakarta pusat. *Institusi ilmu sosial dan manajemen STIAM I*.

- Zeithaml, V. et al (2009). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. 5th edition. Mc. Grow Hill.
- Afifa Nur Chabibah et al, 2021, *Hubungan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Platform Halodoc Di Jabodetabek Tahun 2021*. ISSN : 2621-0231 (Online)
- Al-Debei, Mutaz M; Akroush, Mamoun N; Ashouri, Mohamed Ibrahim, 2015, *Internet Research, Consumer Attitudes Towards Online shopping: The Effects of Trust, Perceived Benefits, and Perceived Web Quality*, Vol. 25 No. 5: 707- 733
- Analita, N. S., dan T. I. Wijaksana, 2020, *Analisis Perbandingan E-Service Quality dan E-Trust (ET) Aplikasi LinkAja Dengan Aplikasi Dana*. e-Proceeding of Management, 7 (2).
- Anggalia Wibasuri, Satria Bangsawan, Mahrinasari MS dan Ribhan, 2018, *Determinants of Attitude Tourist in E-Tourism Usage*. *International Journal of Engineering & Technology*. Student of the Doctor Faculty of Economics and Business, University of Lampung, Indonesia. Diakses Website: www.sciencepubco.com/index.php/IJET doi: 10.14419/ijet.v7i4.23127.
- Amalina, Annisa, 2016, *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol.4, No. 3: P.2.
- Amiruddin Tawe, 2022, *Pengaruh E-Trust (ET) dan E-Customer Satisfaction Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Makassar*.
- Andrew Chandra, 2022, *Analysis of Factors Affecting E-Loyalty with E-Trust (ET) and E-Satisfaction as Mediation Variables on Halodoc Application Users in Indonesia*. *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)* ISSN: 2722-6247 (online) Vol. 3 No. 6 (2022) <https://doi.org/10.35877/454RI.asci1272>.
- Annisa Dayani, 2022, *The Impact of E-Service Quality and Brand Trust on Repurchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening For Telemedicine Application Users*. ISSN online: 2614-1353. *Jurnal Dinamika Manajemen dan Bisnis* Vol. 5 No. 2 September, 2022. Available online at: <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jdmb>
- Anthony Jnr, B, 2021, *Implications of telehealth and digital care solutions during COVID-19 pandemic: a qualitative literature review*. *Informatics for Health and Social Care*, 46(1): 68–83. <https://doi.org/10.1080/17538157.2020.1839467>
- Arkadi Bilenkin et. all., 2022, INV-24, *Patient Satisfaction and Cost Analysis of the Telemedicine Program Within A Neuro-Oncology Program*, 1USF Health Morsani College of Medicine, Tampa, FL, USA, 2USF Health Morsani College of Medicine, Tampa, USA, 3H. Lee Moffitt Cancer Center & Research Institute, Tampa, FL, USA
- Chen, S. C. & Dhillon, G. S, 2003, *Interpreting Dimensions of Consumer Trust in eCommerce*, *Information Technology and Management*: 303-318.
- Chowdhury D., Hope K.D., Arthur L.C., Weinberger S.M., Ronai C., Johnson J.N., Snyder C.S, 2020, *Telehealth for Pediatric Cardiology Practitioners in the Time of COVID-19*. *Pediatr. Cardiol* :1–11. doi: 10.1007/s00246-020
- Ganiem, I. m, 2020, *Efek Telemedicine Pada Masyarakat (Kajian Hukum Media Mcluhan : tetrad)*: 87–97
- Giovanis, Apostolos N., & Pinelopi Athanasopoulou, 2014, *Gaining Customer Loyalty in the E – Tailing Marketplace: The Role of E – Service Quality, E – Satisfaction and E – Trust*. *Int. J. Technology Marketing*. Volume 9, No. 3
- Hanifati, U. M., & Samiono, B. E, 2018, *Analisis Pengaruh Website Quality dan EWOM terhadap Purchase Decision Melalui Online Trust Pada Situs Tiket Travel dan Reservasi Hotel Online di Indonesia (Studi Kasus pada Traveloka.com, Tiket.com, Pegipegi.com)*. *Jurnal Transformasi* Volume II No.1
- Haris, F., Irawati, K., & Rahman, F. F, 2021, *Adaptation of telemedicine amidst COVID-19 towards Indonesian physicians: benefits, limitations, and burdens*. *Bali Medical Journal*, 10 (3Special issue): 1289–1293. <https://doi.org/10.15562/bmj.v10i3.2900>

- Jamil, M., Khairan, A., & Fuad, a, 2015, *Implementasi Aplikasi Telemedicine Berbasis Jejaring Sosial Dengan Pemanfaatan Teknologi Cloud Computing*. Jepin (jurnal edukasi dan penelitian informatika), 1(1)
- Kasih, O. L., Avriyanti, S., & Rahman, T, 2019, *Pengaruh E-Trust (ET) Terhadap E-Customer Loyalty Pengguna Website Traveloka di Kabupaten Tabalong* : 194–206
- Kusumawati, I., Hartono, S., & Kustiyah, E, 2020, *Kemudahan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian pengguna dompet digital ovo di Surakarta*. *JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's)*: 19-29
- Ling, K.C., Chai, L.T., & Piew, T.H, 2010, *The Effects of Shopping Orientation, Online Trust and Prior Online Purchase Experience towards Customers Online Purchase Intention*, *International Business Research*, Vol. 3, No. 3
- Martinez, P., & Bosque, I. R. del, 2013, *CSR and customer loyalty: The roles of trust, customer identification with the company and satisfaction*. *International Journal of Hospitality Management*: 35, 89–99. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.05.009>
- McKnight et al., 2002, *The Impact of Initial Consumer Trust on Intention to Transact with a Website: A Trusting Building Model*, *Jurnal Sistem Strategi Informasi*, Vol. 11
- Mona Tiorina Manurung, 2022, *The Effect Of Perceived Ease Of Use And Trust On Halodoc Customer Satisfaction In Semarang During Pandemic Covid-19*, *Enrichment: Journal of Management*, 12 (3) (2022) 1570-1576, Published by: Instiute of Computer Science (IOCS) *Enrichment: Journal of Management Journal homepage: www.enrichment.iocspublisher.org*
- Moorman, Christine, Rohit Deshpande, dan Gerald Zaltman, 1993, *Factors Affecting Trust in Market Research Relationships*, *Journal of Marketing*. Vol 57: 81-101
- Muhamad Lutfi Prayitno, 2023, *Pengaruh E-Service Quality dan Trust Terhadap Customer Loyal Yang Dimediasi Oleh Customer Satisfaction: Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Kesehatan*. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance* p-ISSN: 2776-6179 | e-ISSN: 2776-6187 Volume 3, No. 1, April 2023 <https://doi.org/10.53067/ijebeef>
- Pavlou, P. A. (2003). *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model*. *International Journal of Electronic Commerce*, 7 (3): 69–103.
- Rotter, J. B., 1967, *A New Scale for the Measurement of Interpersonal Trust*. Dalam *Journal of Personality*. Vol 35
- Wibasuri Anggalia, Bangsawan Satria, Mahrinasari MS, Ribhan, 2018, *Determinants of Attitude Tourist in E-Tourism Usage*. *International Journal of engineering and technology (UAE)*: 6044-6050.
- Kemkes RI. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2013 tentang Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit. <https://www.kemhan.go.id/itjen/2017/03/13.html>
- Fondeson, MM 2014, 'Provider reactions and cooperation models in the Swedish mobile payment space', MSc thesis, KTH Royal Institute of Technology.
- Putra, Putu Teja Wijaya, 2011, "Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepuasan Konsumen Terhadap Rekomendasi dari Mulut ke Mulut pada Rumah Sakit Anak dan Ibu Permata Hati Klungkung", Universitas Udayana, Denpasar.