

**ANALISIS MINAT KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN
TELEMEDICINE PADA ERA ENDEMI COVID-19 DENGAN
PENDEKATAN *STIMULUS – ORGANISM – RESPONSE* (SOR)**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar

Magister Manajemen



JAKA REYNALDI

2201021006

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE


2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Jaka Reynaldi

NIM : 2201021006

Tanda Tangan : 

Tanggal : 26 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN TESIS

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Jaka Reynaldi

NIM : 2201021006

Program Studi : Magister Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Tesis : **Analisis Minat Konsumen Untuk Menggunakan Layanan
Telemedicine Pada Era Endemi Covid-19 Dengan Pendekatan
Stimulus - Organism - Response (SOR)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D


(Muchsin)

Penguji I : Dr. Agr. Wahyudi David S.T.P., M.Sc



Penguji II : Prof. Dr. Hoga Saragih, ST, MT



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Agustus 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala karena atas rahmat-Nya peneliti mampu menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul **“Analisis Minat Konsumen Untuk Menggunakan Layanan Telemedicine Pada Era Endemi Covid-19 Dengan Pendekatan Stimulus - Organism - Response (SOR)”** dengan lancar dan baik sesuai yang telah direncanakan. Penelitian Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen Universitas Bakrie.

Pada proses penyelesaian penyusunan penelitian Tesis ini, penulis mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, terutama orangtua, istri, anak dan keluarga penulis. Motivasi dan semangat yang telah diberikan oleh orangtua, istri, anak dan keluarga menjadi semangat terbesar bagi penulis untuk menyelesaikan tugas Tesis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah mendukung dan mendampingi penulis selama pelaksanaan tesis, di antaranya adalah:

1. Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D. Selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah meluangkan pikiran, waktu, dan tenaga dalam memberikan arahan, ilmu, saran, serta bimbingan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama proses penyusunan dan penyempurnaan Tesis.
2. Dr. Agr. Wahyudi David S.T.P., M.Sc. Selaku dosen pembahas dalam sidang Tesis ini yang telah memberikan masukan dan arahan dalam tahap perbaikan Tesis kepada penulis.
3. Prof. Dr. Hoga Saragih, ST, MT. Selaku dosen pembahas dalam sidang Tesis ini yang telah memberikan masukan dan arahan dalam tahap perbaikan Tesis kepada penulis.
4. Kepada kedua orang tua tercinta, Moh Setiawan dan Lita Mahalani yang senantiasa selalu memberikan doa, dukungan, nasihat, serta motivasi dan kasih sayang yang tulus tiada henti kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas Tesis dengan baik.

5. Istriku tercinta Siti Rukdiyanti dan anakku tercinta, Revinza Shakeel Reynaldi yang telah tulus memberikan doa, motivasi, dan dukungan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan Tesis dengan baik.
6. Teman-teman group *Decision Making* Mba Widya, Meta, Rifki dan Bang Billy yang memberikan dukungan, semangat dari awal perkuliahan dan pada proses penyusunan Tesis serta menemani dalam menjalani kehidupan perkuliahan S2 di Universitas Bakrie.
7. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen angkatan 15 yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi dan masukkan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan Tesis.
8. Kepada semua staf pengajar dan administrasi Universitas Bakrie atas kesungguhannya memberikan bantuan dan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Bakrie.
9. Ricky, Auzi, Humaidi, Imam, Ben, Dimas selaku sahabat yang telah membarikan motivasi, masukkan dan dukungan yang tulus dalam proses penyusunan Tesis.
10. Kepada keluarga Yanis Ishak dan Zainal Abidin tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, nasihat, serta motivasi dan kasih sayang kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis.
11. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis dalam proses penyelesaian tugas Tesis.

Jakarta, 26 Agustus 2024



Jaka Reynaldi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jaka Reynaldi

NIM : 2201021006

Program Studi : Magister Manajemen

Jenis Tesis : Penelitian Kuantitatif

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive RoyaltyFree Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Minat Konsumen Untuk Menggunakan Layanan Telemedicine Pada Era Endemi Covid-19 Dengan Pendekatan Stimulus - Organism - Response (SOR)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Nonesklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 26 Agustus 2024

Yang Menyatakan



Jaka Reynaldi

ANALISIS MINAT KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN TELEMEDICINE PADA ERA ENDEMI COVID-19 DENGAN PENDEKATAN STIMULUS – ORGANISM – RESPONSE (SOR)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat konsumen untuk menggunakan layanan *telemedicine* pada era endemi Covid-19 dengan pendekatan *stimulus-organism-response* (SOR). Data responden pada penelitian ini merupakan konsumen yang telah menggunakan layanan *telemedicine* dalam rentang masa pandemi Covid-19 untuk berkonsultasi kesehatan dengan dokter. Kuesioner dikirimkan kepada 100 responden selama bulan Juli 2024 secara *online* menggunakan *google forms*. Pada penelitian ini dilakukan 11 pengujian hipotesis berdasarkan indikator variabel yang disusun dengan menggunakan analisis SEM PLS (*partial least square*) dengan metode smartPLS. Pengujian ini terdiri dari *outer model*, *inner model*, dan pengujian hipotesis. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa adanya masing-masing variabel berpengaruh positif dan tidak berpengaruh, antara lain.

H1: Tidak terdapat pengaruh positif *social influence* terhadap *perceived value*, H2: Terdapat pengaruh positif *perceived usefulness* terhadap *perceived value*, H3: Terdapat pengaruh negatif *perceived technology usage risk* terhadap *perceived value*, H4: Tidak terdapat pengaruh positif *perceived ubiquity* terhadap *perceived value*, H5: Terdapat pengaruh positif *perceived ease of use* terhadap *perceived value*, H6: Tidak terdapat pengaruh positif *social influence* terhadap *trust*, H7: Terdapat pengaruh positif *perceived usefulness* terhadap *trust*, H8: Tidak terdapat pengaruh negatif *perceived technology usage risk* terhadap *trust*, H9: Terdapat pengaruh positif *perceived value* terhadap *behavioral intention*, H10: Terdapat pengaruh positif *trust* terhadap *behavioral intention*, H11: Terdapat pengaruh positif *behavioral intention* terhadap *actual use behavior*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi yang baik secara teoritis maupun pada penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: *social influence, perceived usefulness, perceived technology usage risk, perceived ubiquity, perceived ease of use, perceived value, trust, behavioral intention, actual use behavior.*

ANALYSIS OF CONSUMER INTEREST IN USING TELEMEDICINE SERVICES IN THE ERA OF THE COVID-19 ENDEMIC USING A STIMULUS – ORGANISM – RESPONSE (SOR) APPROACH

ABSTRACT

This research aims to analyze consumer interest in using telemedicine services in the Covid-19 endemic era using a stimulus-organism-response (SOR) approach. The respondent data in this study are consumers who have used telemedicine services during the Covid-19 pandemic to consult health doctors. Questionnaires were sent to 100 respondents during July 2024 online using Google Forms. In this research, 11 hypothesis tests were carried out based on variable indicators prepared using SEM PLS (partial least square) analysis with the smartPLS method. This testing consists of outer model, inner model, and hypothesis testing. The results of this test show that the presence of each variable has a positive effect and has no effect, among others.

H1: There is no positive influence of social influence on perceived value, H2: There is a positive influence of perceived usefulness on perceived value, H3: There is a negative influence of perceived technology usage risk on perceived value, H4: There is no positive influence of perceived ubiquity on perceived value, H5: There is a positive influence of perceived ease of use on perceived value, H6: There is no positive influence of social influence on trust, H7: There is a positive influence of perceived usefulness on trust, H8: There is no negative influence of perceived technology usage risk on trust, H9: There is a positive influence perceived value on behavioral intention, H10: There is a positive influence of trust on behavioral intention, H11: There is a positive influence of behavioral intention on actual use behavior. It is hoped that this research can provide good implications both theoretically and in further research.

Keywords: social influence, perceived usefulness, perceived technology usage risk, perceived ubiquity, perceived ease of use, perceived value, trust, behavioral intention, actual use behavior.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS.....	8
2.1 Teori <i>Stimulus, Organism, Response</i> (SOR).....	8
2.1.1 Pengertian <i>Stimulus, Organism, Response</i> (SOR).....	8
2.1.2 <i>Social Influence</i>	9
2.1.3 <i>Perceived Usefulness</i>	9
2.1.4 <i>Perceived Technology Usage Risk</i>	10
2.1.5 <i>Perceived Ubiquity</i>	12
2.1.6 <i>Perceived Ease of Use</i>	12
2.1.7 <i>Perceived Value</i>	13
2.1.8 <i>Trust</i>	14
2.1.9 <i>Behavioral Intention</i>	15
2.1.10 <i>Actual Use Behavior</i>	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	16
2.4 Penelitian Terdahulu.....	17
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	24
3.2 Populasi dan Sampel.....	24
3.2.1 Populasi.....	24

3.2.2 Sampel.....	24
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	25
3.3 Pengumpulan Data	25
3.3.1 Sumber Data.....	25
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4 Variabel Penelitian.....	26
3.5 Defisini Operasional	26
3.6 Uji Instrumen Penelitian	30
3.6.1 Uji Validitas	30
3.6.1 Uji Reliabilitas	30
3.7 Teknik Analisis Data.....	30
3.7.1 Merancang Model Struktural (Inner Model).....	31
3.7.2 Merancang Model Pengukuran (Outer Model).....	31
3.7.3 Estimasi.....	32
3.7.4 Evaluasi Goodness of Fit	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Analisis Karakteristik Responden	34
4.2 Statistika Deskriptif	35
4.3 Analisis Data.....	41
4.3.1 Pengujian Outer Model (Model Pengukuran).....	41
4.3.2 Uji Kebaikan Model (Goodness of Fit).....	49
4.3.3 Pengujian Inner Model (Evaluasi Model Struktural).....	50
4.4 Pembahasan.....	52
4.4.1 Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>perceived value</i> (Hipotesis 1)	52
4.4.2 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Perceived Value</i> (Hipotesis 2).....	53
4.4.3 Pengaruh <i>Perceived Technology Usage Risk</i> terhadap <i>Perceived Value</i> (Hipotesis 3)	53
4.4.4 Pengaruh <i>Perceived Ubiquity</i> terhadap <i>Perceived Value</i> (Hipotesis 4).....	54
4.4.5 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Value</i> (Hipotesis 5).....	54
4.4.6 Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Trust</i> (Hipotesis 6).....	55
4.4.7 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Trust</i> (Hipotesis 7)	55
4.4.8 Pengaruh <i>Perceived Technology Usage Risk</i> terhadap <i>Trust</i> (Hipotesis 8).....	55
4.4.9 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> (Hipotesis 9).....	56
4.4.10 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> (Hipotesis 10).....	56
4.4.11 Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> terhadap <i>Actual Use Behavior</i> (Hipotesis 11).....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	58

5.3 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Research Gap Behavioral Intention of Use Actual System Use</i>	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	34
Tabel 4.2 Statistika Deskriptif.....	36
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel <i>Social Influence</i>	41
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	42
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel <i>Perceived Technology Usage Risk</i>	43
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel <i>Perceived Ubiquity</i>	43
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	44
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i>	45
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel <i>Trust</i>	45
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel <i>Behavioral Intention</i>	46
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel <i>Actual Use Behavior</i>	46
Tabel 4.12 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	47
Tabel 4.13 Nilai Composite Reliability.....	47
Tabel 4.14 Nilai Cronbach Alpha.....	48
Tabel 4.15 Nilai SRMR.....	49
Tabel 4.16 Nilai R-Square.....	49
Tabel 4.17 Nilai P-Value.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Penetrasi Ponsel Pintar di Indonesia.....	2
Gambar 1.3 Data statistik virus corona (COVID-19).....	3
Gambar 1.4 Data 10 Negara dengan Kematian Covid-19 Tertinggi di Dunia.....	4

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 4.1 Hasil Konstruksi Model Penelitian dengan Menggunakan SMART PLS.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	70
Lampiran 3 SMARTPLS.....	72