

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *digital marketing* untuk menganalisis tentang bagaimana pengaruh *perceived platform quality* dan *perceived interaction quality* terhadap *continuance intention* melalui *customer delight* pada pengguna aplikasi *telemedicine* di Indonesia. Objek penelitian sebagai variabel bebas (eksogen) dalam penelitian ini adalah *perceived platform quality* (X_1) yang terdiri dari *design quality* ($X_{1.1}$), *system quality* ($X_{1.2}$), *ease of use* ($X_{1.3}$) (Paramita & Noviarisanti, 2021; Mauly, 2022; Shahriar, John, & Pradeep, 2022) dan *perceived interaction quality* (X_2) diantaranya *connectedness* ($X_{2.1}$), *responsiveness* ($X_{2.2}$), *credibility* ($X_{2.3}$) (Ling & Yaobin, 2012; Lee & Bang, 2017; Paramita & Noviarisanti, 2021; Elliott et al., 2022; Yang, Hu, & Wang, 2022). Adapun variabel terikat (endogen) dalam penelitian ini adalah *customer delight* (Y_1) dengan dimensi *positive emotions* ($Y_{1.1}$), *convenience* ($Y_{1.2}$), *reliability* ($Y_{1.3}$) (Oliver, Rust, & Varki, 1997; Rajeev, Vikas, & Arun, 2015; Soma, 2017; Irfanul et al. 2023) dan *continuance intention* (Y_2) yang terdiri dari *attitude* ($Y_{2.1}$), *usability* ($Y_{2.2}$), *performance* ($Y_{2.3}$) (Ignasius, Tsania, & Yuniarty, 2021; Wang & Cao, 2022; Khondker, Louis, & Md 2022; Frank, Tiago, & Carlos, 2022; Lia, Kah, Pardomuan, 2023; Fuyong, Xintao, & Xian, 2023).

Responden dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram aplikasi *telemedicine* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan *cross sectional study* karena pengumpulan data hanya dilakukan sekali pada suatu saat (Sandu Siyoto dan Sodik, 2015). Periode pengumpulan data penelitian dilakukan kurang dari satu tahun yaitu pada Oktober hingga Januari 2024.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu, biaya karakteristik **Nina Nuraini, 2025**

kelompok yang relevan, seperti konsumen, penjual, organisasi, atau daerah pasar (Malhotra, 2015). Melalui penelitian deskriptif maka dapat diperoleh secara terperinci pengaruh mengenai pandangan responden tentang pengaruh *perceived platform quality* yang terdiri dari *design quality*, *system quality*, dan *ease of use*, pengaruh *perceived interaction quality* yang terdiri dari *connectedness*, *responsiveness*, dan *credibility*, pengaruh *customer delight* yang terdiri dari *positive emotions*, *convenience*, dan *reliability*, serta pengaruh *continuance intention* yang terdiri dari *attitude*, *usability*, dan *performance* pada *followers* Instagram aplikasi *telemedicine* di Indonesia.

Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilaksanakan untuk menguji kebenaran ilmu-ilmu yang telah ada, berupa konsep, prinsip, prosedur, dalil, maupun praktek dari ilmu itu sendiri (Arifin, 2014). Penelitian verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan untuk memperoleh pengaruh mengenai pengaruh *perceived platform quality* terhadap *continuance intention*, pengaruh *perceived interaction quality* terhadap *continuance intention*, pengaruh *customer delight* terhadap *continuance intention*, pengaruh *perceived platform quality* terhadap *continuance intention* melalui *customer delight*, pengaruh *perceived interaction quality* terhadap *continuance intention* melalui *customer delight*, serta pengaruh *perceived platform quality* dan *perceived interaction quality* terhadap *continuance intention* melalui *customer delight* pada *followers* Instagram aplikasi *telemedicine* di Indonesia.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian ini adalah metode *exploratory survey*. Metode ini dilakukan melalui pengumpulan informasi menggunakan kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap penelitian.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah proses pengubahan atau penguraian konsep atau konstruk menjadi variabel terukur yang sesuai untuk pengujian (Cooper & Schindler, 2014). Penelitian ini terdiri dari variabel eksogen diantaranya *perceived platform quality* (X_1) dan *perceived interaction quality* (X_2), serta variabel endogen yaitu *customer delight* (Y_1) dan *continuance intention* (Y_2). Secara lengkap operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 3.1 Operasional Variabel berikut ini.

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
<i>Perceived Platform Quality</i> (X_1)		<i>Perceived platform quality</i> merupakan penilaian pengguna terhadap kinerja, keandalan, dan pengalaman keseluruhan platform aplikasi multimedia, yang memengaruhi kepuasan dan keterlibatan mereka dengan layanan (Riasat & Abbas, 2017).				
	<i>Design Quality</i>	Kualitas visual, estetika, dan fungsional dari desain suatu sistem, produk, atau layanan (Shahriar, John, & Pradeep, 2022).	<i>Design consistency</i>	Tingkat keseragaman desain secara visual di seluruh fitur aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	1
			<i>Functionally</i>	Tingkat kesesuaian fungsi utama desain secara efektif pada aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	2
			<i>Layout</i>	Tingkat tata letak pengaturan fitur desain aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	3
	<i>System Security</i>	Perlindungan yang disediakan oleh suatu sistem terhadap akses yang tidak sah, serangan, dan ancaman	<i>Authentication</i>	Tingkat keamanan verifikasi dalam mengakses aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	4

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
		lainnya yang bisa membahayakan data atau operasi sistem (Shahriar, John, & Pradeep, 2022).	<i>Data encryption</i>	Tingkat keamanan informasi yang disimpan dalam sistem dienkripsi dari akses diluar aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	5
	<i>Ease of Use</i>	Kemudahan dan kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan suatu sistem, produk, atau layanan (Mauly, 2022).	<i>Memorability</i>	Tingkat kemudahan mengingat cara menggunakan aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	6
<i>Perceived Interaction Quality (X₂)</i>			<i>User satisfaction</i>	Tingkat kepuasan pengguna dalam kemudahan menggunakan aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	7
<i>Perceived Interaction Quality (X₂)</i>		<i>Perceived interaction quality</i> adalah penilaian konsumen terhadap efektivitas dan kepuasan yang diperoleh dari interaksi selama proses pemberian layanan (Pavlos et al., 2024).				

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
<i>Connectedness</i>	Perasaan keterhubungan atau hubungan emosional yang dirasakan pengguna dengan suatu layanan, komunitas, atau orang lain melalui penggunaan teknologi atau platform tertentu (Ling & Yaobin, 2012).	Social Interaction	Tingkat kemampuan sistem untuk mendukung interaksi yang terhubung antara pengguna dengan penyedia layanan pada aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	8	9
<i>Responsiveness</i>	Persepsi konsumen terhadap kenyamanan dalam berbelanja. (Jiang et al., 2013).	Speed of response	Tingkat kecepatan penyedia layanan merespons keluhan pengguna pada aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	10	11
<i>Credibility</i>	Mengacu pada kepercayaan	Trustworthiness	Tingkat ketersediaan penyedia layanan untuk merespons pertanyaan/masalah pengguna pada aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	12	13

Nina Nuraini, 2025

PENGARUH *PERCEIVED PLATFORM QUALITY* DAN *PERCEIVED INTERACTION QUALITY* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* MELALUI *COSTUMER DELIGHT* PADA PENGGUNA APLIKASI *TELEMEDICINE* DI INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
						1
		yang dimiliki pengguna terhadap kredibilitas produk, layanan, atau informasi yang diberikan oleh suatu sistem atau penyedia layanan (Paramita & Noviarisanti, 2021).		pengguna terhadap kredibilitas layanan informasi yang diberikan aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.		
			<i>Integrity</i>	Tingkat integritas penyedia layanan dalam menjalankan operasional aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	14
<i>Customer Delight</i> (Y ₁)	<i>Positive Emotions</i>	<i>Customer delight</i> didefinisikan sebagai respons emosional positif yang melebihi kepuasan, ditandai dengan kegembiraan dan kesenangan, yang memengaruhi perilaku pembelian ulang, berbeda dengan kepuasan atau ketidakpuasan (Wayne, 2012).	<i>Happiness</i>	Tingkat kesenangan yang dirasakan berupa emosi positif dari pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	15
		Perasaan atau reaksi emosional yang positif, seperti kebahagiaan, kepuasan, kegembiraan, atau rasa senang, yang dialami oleh pengguna saat menggunakan suatu produk, layanan, atau sistem (Oliver, Rust, & Varki, 1997).	<i>Excitement</i>	Tingkat antusias yang muncul saat menggunakan produk atau layanan aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	16

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
						1
						17
						18
						19
						20
<i>Continuance Intention (Y₂)</i>	<i>Attitude</i>	<i>Sikap pengguna terhadap penggunaan teknologi atau</i>	<i>Preference</i>	<i>Tingkat kecenderungan sikap pengguna dalam memilih</i>	<i>Interval</i>	21

Nina Nuraini, 2025

PENGARUH PERCEIVED PLATFORM QUALITY DAN PERCEIVED INTERACTION QUALITY TERHADAP CONTINUANCE INTENTION MELALUI COSTUMER DELIGHT PADA PENGGUNA APLIKASI TELEMEDICINE DI INDONESIA
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
		sistem, apakah mereka merasa positif atau negatif terkait pengalaman dan manfaat dari penggunaan tersebut (Wang & Cao, 2022).		aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia dibandingkan alternatif lainnya.		
			<i>Satisfaction</i>	Tingkat kepuasan sikap pengguna setelah menggunakan layanan aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	22
	<i>Usability</i>	Sejauh mana suatu sistem, produk, atau layanan mudah digunakan oleh pengguna (Fuyong, Xintao, & Xian, 2023).	<i>Efficiency</i>	Tingkat keefektifan pengguna menggunakan sistem aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	23
			<i>Learnability</i>	Tingkat kemudahan pengguna untuk mempelajari cara menggunakan sistem aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	24
	<i>Performance</i>	Sejauh mana suatu produk, layanan, atau sistem dapat memberikan hasil yang diharapkan (Khondker, Louis, & Md 2022).	<i>Accuracy</i>	Tingkat ketepatan penyesuaian kebutuhan pengguna dalam mengakses aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.	Interval	25
			<i>Consistency</i>	Tingkat konsistensi layanan dalam memberikan pengalaman yang	Interval	26

Variabel	Dimensi	Konsep Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6	7
				sama di berbagai kondisi pada aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.		

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokan ke dalam dua golongan, yaitu:

1. Data Primer

Carl McDaniel Jr (2015) menyatakan bahwa data primer adalah data baru yang dikumpulkan untuk membantu memecahkan masalah dalam penyelidikan atau penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui angket yang disebarluaskan kepada sejumlah responden sesuai dengan target sasaran yang dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu melalui survei kepada **pengguna aplikasi *telemedicine* di Indonesia Halodoc dan Alodokter**.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan berupa variabel, simbol atau konsep yang bisa mengasumsikan salah satu dari seperangkat nilai (Carl McDaniel Jr., 2015). Sumber dari data sekunder dalam penelitian ini adalah data literatur, artikel, jurnal, *website*, dan berbagai sumber informasi lainnya. Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam bentuk Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data sebagai berikut.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Jenis Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Karakteristik pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia	Primer	Hasil pengolahan data pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.
2.	Pengalaman pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> berdasarkan aplikasi yang digunakan	Primer	Hasil pengolahan data pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.

Nina Nuraini, 2025

PENGARUH *PERCEIVED PLATFORM QUALITY* DAN *PERCEIVED INTERACTION QUALITY* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* MELALUI *COSTUMER DELIGHT* PADA PENGGUNA APLIKASI *TELEMEDICINE* DI INDONESIA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Jenis Data	Jenis Data	Sumber Data
3.	Pengalaman pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> berdasarkan alasan menggunakan	Primer	Hasil pengolahan data pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.
4.	Pengalaman pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> berdasarkan frekuensi penggunaan	Primer	Hasil pengolahan data pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.
5.	Pengalaman pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> berdasarkan fitur yang digunakan	Primer	Hasil pengolahan data pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.
6.	Pengalaman pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> berdasarkan biaya yang dikeluarkan	Primer	Hasil pengolahan data pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.
7.	Tanggapan pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> terhadap variabel <i>perceived platform quality</i>	Primer	Hasil pengolahan data pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.
8.	Tanggapan pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> terhadap variabel <i>perceived interaction quality</i>	Primer	Hasil pengolahan data pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.
9.	Tanggapan pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> terhadap variabel <i>continuance intention</i>	Primer	Hasil pengolahan data pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.
10.	Tanggapan pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> terhadap variabel <i>customer delight</i>	Primer	Hasil pengolahan data pengguna aplikasi <i>telemedicine</i> di Indonesia.
13.	Indeks Pasar Industri Kesehatan Digital di Asia Tenggara Berdasarkan Negara Tahun 2020-2024	Sekunder	(Goodstats, 2024)
14.	Perubahan Pendapatan <i>Telemedicine</i> di Indonesia Tahun 2019-2024	Sekunder	(Statista, 2024)
15.	Data Aplikasi Kesehatan <i>Digital</i> Menurut Top Brand Award Tahun 2024	Sekunder	(Goodstats, 2024)
16.	Data Sentimen Pengguna Aplikasi <i>Telemedicine</i> Tahun 2024	Sekunder	(Silimarweb, 2024)
17.	Desain Platform pada Aplikasi Alodokter Tahun 2016-2018	Sekunder	(Google Image, 2024)
18.	Perubahan <i>Platform</i> dan <i>Interaction Quality</i> Pada Aplikasi <i>Telemedicine</i> Tahun 2021-2024	Sekunder	(Aplikasi <i>Telemedicine</i> , 2024)

Sumber: Hasil Pengolahan Data dan Referensi, 2025

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Menurut Bougie (2016), populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Data populasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis.

Nina Nuraini, 2025

PENGARUH *PERCEIVED PLATFORM QUALITY* DAN *PERCEIVED INTERACTION QUALITY* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* MELALUI *COSTUMER DELIGHT* PADA PENGGUNA APLIKASI *TELEMEDICINE* DI INDONESIA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dalam pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia, dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi.

Berdasarkan Tabel 1.2 bahwa sesuai data *market share* yang menguasai pasar industri kesehatan digital atau aplikasi *telemedicine* di Indonesia, yaitu Halodoc sebesar 85% dan Alodokter sebesar 78%. Maka populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi *telemedicine* di Indonesia yang diambil dari jumlah *followers official account* Instagram Halodoc dan Alodokter. sebagaimana pada Tabel 3.3 dibawah ini.

TABEL 3.3
JUMLAH POPULASI PENELITIAN

No.	<i>Official Account Instagram</i>	Jumlah <i>Followers</i>			
		2021	2022	2023	2024
1.	Halodoc (https://www.instagram.com/halodoc/)	590.000	686.000	851.000	982.000
2.	Alodokter (https://www.instagram.com/alodokter/)	492.000	534.000	827.000	950.000
Jumlah Populasi		1.082.000	1.220.000	1.678.000	1.932.000

Sumber: (diolah dari data Instagram, diakses pada 16 Desember, 2024)

Berdasarkan pada Tabel 3.3 Jumlah Populasi Penelitian yaitu sebanyak 1.932.000 juta orang sebagai pengguna aplikasi *telemedicine* di Indonesia, yaitu Halodoc dan Alodokter.

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk proyek riset atau berpartisipasi dalam suatu studi (Malhotra, 2015). Perhitungan ukuran sampel merupakan langkah penting dalam perancangan studi untuk menjamin tercapainya tujuan penelitian secara kuantitatif (Harlan, 2017). Masalah pokok dari sampel adalah menjawab pertanyaan, apakah sampel yang diambil benar-benar mewakili populasi. Indikator penting dalam pengujian desain sampel adalah seberapa baik sampel tersebut mewakili karakteristik populasi. Sampel adalah bagian dari populasi (Bougie, 2016).

Penelitian ini menentukan sampel berdasarkan metode analisis yang akan digunakan yaitu *structural equation model* (SEM). Penentuan jumlah sampel untuk analisis SEM membutuhkan sampel paling sedikit 5 kali jumlah variabel indikator yang digunakan (Wijaya, 2009), dalam penelitian ini jumlah indikator yang digunakan **Nina Nuraini, 2025**

adalah sebanyak 26, maka jumlah sampel minimal adalah 120. Sementara menurut Kelloway (1998) sampel minimal untuk analisis structural equation modeling (SEM) adalah 200 orang atau responden. Pengambilan jumlah sampel sebanyak 200 responden tersebut dikarenakan bergantungnya SEM pada pengujian-pegujian yang bersifat sensitif terhadap ukuran sampel dan besarnya perbedaan diantara matriks kovarians (Sarjono & Julianita, 2015). Selain itu untuk mengantisipasi adanya outliers data setelah dilakukannya pengambilan sampel. Maka jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini adalah 349 orang atau responden karena jumlah sampel yang besar sangat kritis untuk mendapatkan estimasi parameter yang tepat.

Sejalan dengan Keloway, Joreskog (1996) yang dikutip dalam (Haryono, 2016), menyatakan bahwa hubungan antara variabel dan sampel minimal dalam model SEM dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut ini:

TABEL 3.4
UKURAN SAMPEL MINIMAL DAN JUMLAH VARIABEL

N	s			N	S			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	267
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	268
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	269
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	636	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	270
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270

Nina Nuraini, 2025

PENGARUH PERCEIVED PLATFORM QUALITY DAN PERCEIVED INTERACTION QUALITY TERHADAP CONTINUANCE INTENTION MELALUI COSTUMER DELIGHT PADA PENGGUNA APLIKASI TELEMEDICINE DI INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

N	s			N	S			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
							∞		664	349	272

Sumber: S. Isaac & William B. Michaele (1981) dalam (Sugiyono, 2012)

Penarikan sampel dengan metode yang dikembangkan oleh Isaac dan Michaele memungkinkan penentuan ukuran sampel yang sesuai dengan tingkat kesalahan yang diinginkan, seperti 1%, 5%, dan 10%. Dalam tabel yang mereka buat, disediakan pedoman untuk menentukan jumlah sampel yang tepat berdasarkan kebutuhan penelitian dengan tingkat kepercayaan yang diinginkan (Sugiyono, 2012). Diperoleh data sebanyak 349 orang sebagai sampel orang dengan nilai $n \infty$ dan dengan mengambil taraf kesalahan 5% pada *followers* Instagram Halodoc dan Alodokter, berdasarkan perhitungan dalam menentukan jumlah sampel yang akan diambil. Sebanyak 349 sampel tersebut dengan ketentuan yakni sebagai *followers* Instagram Halodoc dan Alodokter. Pada penelitian ini yakni terdapat empat variabel yaitu terdapat *Perceived Platform Quality* (X_1) dan *Perceived Interaction Quality* (X_2), serta dua variabel endogen yaitu *Customer Delight* (Y_1) dan *Continuance Intention* (Y_2).

Penelitian ini melakukan kajian terhadap industri *telemedicine* dengan objek penelitian pada *followers* Instagram Halodoc dan Alodokter. Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini ditentukan sebanyak 349 orang atau responden. Maka sudah selayaknya diperlukan pembagian atau pengalokasian jumlah sampel secara proporsional.

Teknik alokasi proporsional Bowley (1926) digunakan untuk menentukan ukuran sampel total yang diambil dari setiap akun Instagram yang dipilih. Penentuan sampel yang akan diambil dari masing-masing objek dilakukan dengan bantuan formula Bowley (U. Monica et al., 2018) sebagai berikut:

Nina Nuraini, 2025

PENGARUH PERCEIVED PLATFORM QUALITY DAN PERCEIVED INTERACTION QUALITY TERHADAP CONTINUANCE INTENTION MELALUI COSTUMER DELIGHT PADA PENGGUNA APLIKASI TELEMEDICINE DI INDONESIA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$ni = \frac{Ni}{N} \times n$$

Keterangan:

- ni = jumlah unit yang akan dialokasikan untuk setiap strata
- n = total ukuran sampel
- Ni = jumlah total elemen dalam setiap strata
- N = total populasi penelitian

Jumlah anggota hasil dari alokasi sampel secara proporsional disajikan pada Tabel 3.5 Distribusi Sampel Penelitian di bawah ini.

TABEL 3.5
DISTRIBUSI SAMPEL PENELITIAN

<i>Official Account Instagram</i>	$ni = \frac{Ni}{N} \times n$	Sampel
Halodoc	$nIG = \frac{982.000}{1.932.000} \times 349$	177
Alodokter	$nIG = \frac{950.000}{1.932.000} \times 349$	172
Total Sampel		349

Sumber: (diolah dari data Instagram, diakses pada 18 Oktober 2024)

Berdasarkan Tabel 3.5 mengenai Distribusi Sampel Penelitian di atas diperoleh data jumlah sampel Halodoc di Indonesia sebanyak 177 sampel dan Alodokter sebanyak 172 sampel sesuai dengan jumlah banyak sampel yaitu 349 orang.

3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga memungkinkan sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik untuk digeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Sekaran & Bougie, 2016). Terdapat tipe teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang atau kemungkinan yang diketahui untuk dipilih sebagai sampel. *Probability sampling* dari *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Sementara *non-probability sampling* merupakan teknik

Nina Nuraini, 2025

PENGARUH PERCEIVED PLATFORM QUALITY DAN PERCEIVED INTERACTION QUALITY TERHADAP CONTINUANCE INTENTION MELALUI COSTUMER DELIGHT PADA PENGGUNA APLIKASI TELEMEDICINE DI INDONESIA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pengambilan sampel di mana setiap elemen atau anggota dalam populasi tidak memiliki peluang yang diketahui atau telah ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai sampel. *Nonprobability sampling* terdiri dari *convenience sampling, purposive sampling, judgement sampling*, dan *quota sampling* (Sekaran & Bougie, 2016).

Adapun teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* karena setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel. Metode yang digunakan yaitu metode *purposive sampling*, yaitu Teknik pengambilan sampel non-probabilitas Dimana peneliti secara sengaja memilih responden berdasarkan penelitian tertentu atau karakteristik spesifik yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan Ketika peneliti ingin memastikan bahwa sampel yang diambil memiliki kriteria tertentu yang mendukung pengumpulan data yang relevan dan dapat menjawab pernyataan penelitian (Malhotra & Birks, 2013). Kriteria atau karakteristik spesifik agar responden dianggap memenuhi dalam penelitian ini adalah pernah menggunakan aplikasi *telemedicine* setidaknya satu kali. Hal tersebut dipastikan melalui *screening question* yang harus diisi terlebih dahulu sebelum melanjutkan ke pernyataan-pernyataan berikutnya di kuesioner. Apabila responden memenuhi kriteria maka dapat dilanjutkan ke pernyataan berikutnya. Sedangkan jika tidak memenuhi maka responden langsung diarahkan ke halaman terakhir kuesioner tersebut dan dianggap tidak sesuai dan tidak relevan dengan tujuan penelitian.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Menurut Sekaran dan Bougie (2016) teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau variabel yang diteliti yaitu *perceived platform quality, perceived interaction quality, customer delight*, dan

- continuance intention.* Studi literatur tersebut diperoleh dari berbagai sumber seperti a) Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), b) Skripsi, Tesis dan Disertasi, c) Jurnal Ekonomi, dan Bisnis, d) Media elektronik (internet), e) *Official Account* Instagram Halodoc dan Alodokter, f) *Search engine* Google Scholar, g) Portal Jurnal Science Direct, h) Portal Jurnal Researchgate, i) Portal jurnal Emerald Insight, dan j) Portal Jurnal Elsevier.
2. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarluaskan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai karakteristik responden, pengalaman responden setelah berkunjung dan pelaksanaan implementasi *perceived platform quality*, *perceived interaction quality*, *customer delight*, dan *continuance intention*. Kuesioner akan ditujukan kepada sebagian pengguna Halodoc dan Alodokter melalui *google form* yang dikirim melalui *direct message* media sosial Instagram responden secara langsung.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Berbagai metode pengumpulan data tidak selalu mudah dan proses pengumpulan data seringkali terjadi adanya pemalsuan data, oleh karena itu, diperlukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Guna menguji layak atau tidaknya instrumen penelitian yang disebarluaskan kepada responden dilakukan dua tahap pengujian yakni uji validitas dan reliabilitas. Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang valid dan reliabel, sehingga data yang dibutuhkan dalam penelitian harus valid dan reliabel.

Penelitian ini menggunakan data interval yaitu data yang menunjukkan jarak antara satu dengan yang lain dan mempunyai bobot yang sama serta menggunakan skala pengukuran *semantic differential*. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* atau program komputer IBM *Statistical Product for Service Solutions* (SPSS) versi 26.0 for Windows.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa validitas adalah tes tentang seberapa baik instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep memang mengukur konsep yang dimaksud. Validitas internal (*internal validity*) atau rasional yaitu bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sementara validitas eksternal (*external validity*), bila kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empriris yang telah ada. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber: (Sugiyono, 2012)

Keterangan:

r_{xy}	= Koefisien korelasi <i>product moment</i>
n	= Jumlah responden
$\sum X$	= Jumlah skor dalam distribusi X
$\sum Y$	= Jumlah skor dalam distribusi Y
$\sum X^2$	= Kuadrat faktor variabel X
$\sum Y^2$	= Kuadrat faktor variabel Y
$\sum XY$	= Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan variabel Y
Dimana: r_{xy}	= koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai r_{hitung} dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Jika nilai korelasi yang dihitung dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$)
3. Jika nilai korelasi yang dihitung dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$)

Pengujian validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang

Nina Nuraini, 2025

PENGARUH PERCEIVED PLATFORM QUALITY DAN PERCEIVED INTERACTION QUALITY TERHADAP CONTINUANCE INTENTION MELALUI COSTUMER DELIGHT PADA PENGGUNA APLIKASI TELEMEDICINE DI INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

digunakan dalam mengumpulkan data primer pada sebuah penelitian mampu mengukur sesuai dengan tujuan penelitian. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan ukuran 60 sampel ($dk=60-2=58$) dengan instrumen *perceived platform quality* sebagai variabel X_1 , *perceived interaction quality* sebagai variabel X_2 , *continuance intention* sebagai variabel Y_1 , dan *customer delight* sebagai variabel Y_2 . Jumlah pernyataan variabel X_1 sebanyak 7 item, variabel X_2 7 item, variabel Y_1 sebanyak 6 item, dan variabel Y_2 sebanyak 6 item. Hasil pengujian validitas *perceived platform quality* disajikan pada Tabel 3.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel X_1 (*Perceived Platform Quality*) berikut.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL
X₁ (PERCEIVED PLATFORM QUALITY)

No	Item Pertanyaan	Pearson Correlation	r _{tabel}	Keterangan
		(r _{hitung})		
<i>Design Quality</i>				
1.	Keseragaman desain secara visual di seluruh fitur platform	0,869	0,361	Valid
2.	Kesesuaian fungsi utama desain yang efektif membantu dalam menggunakan platform	0,932	0,361	Valid
3.	Tata letak fitur desain dalam platform	0,819	0,361	Valid
<i>System Security</i>				
4.	Keamanan verifikasi saat mengakses platform	0,860	0,361	Valid
5.	Informasi pribadi yang tersimpan dalam platform terlindungi dengan baik dari ancaman seperti virus atau <i>hacking</i>	0,921	0,361	Valid
<i>Ease of Use</i>				
6.	Kemudahan mengingat cara menggunakan platform	0,749	0,361	Valid
7.	Kepuasan pengguna dalam kemudahan menggunakan platform	0,849	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Tabel 3.6 menunjukkan bahwa seluruh pernyataan mengenai *perceived platform quality* yang diajukan kepada responden saat pengujian validitas seluruhnya dinyatakan valid karena nilai *Sig.* kurang dari 0,05 dan r_{hitung} lebih tinggi dari r_{tabel} sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur. Nilai tertinggi ditemukan pada dimensi *system security* pada item 2 (dua) dengan r_{hitung} 0,932. Nilai terendah berada pada dimensi *ease of use* pada item 6 (enam) dengan r_{hitung} 0,749 yang **Nina Nuraini, 2025**

menunjukkan bahwa korelasi seluruh pernyataan di atas cukup tinggi. Adapun hasil pengujian validitas *perceived interaction quality* yang disajikan pada Tabel 3.7 Hasil Pengujian Validitas Variabel X₂ (*Perceived Interaction Quality*) berikut.

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL
X₂ (PERCEIVED INTERACTION QUALITY)

No	Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r _{hitung})	r _{tabel}	Keterangan
<i>Connectedness</i>				
8.	Kemampuan sistem yang digunakan mendukung interaksi yang terhubung antara pengguna dengan penyedia layanan platform	0,940	0,361	Valid
9.	Berpertisipasi dalam layanan yang tersedia pada platform, seperti chat dengan dokter, toko kesehatan, maupun fitur lainnya	0,855	0,361	Valid
<i>Responsiveness</i>				
10.	Kecepatan penyedia layanan merespons keluhan pengguna pada platform	0,918	0,361	Valid
11.	Ketersediaan penyedia layanan untuk merespons pertanyaan/masalah pengguna pada platform	0,814	0,361	Valid
12.	Sikap penyedia layanan dalam merespons kebutuhan pengguna platform	0,891	0,361	Valid
<i>Credibility</i>				
13.	Kepercayaan pengguna terhadap kredibilitas layanan informasi yang diberikan platform	0,931	0,361	Valid
14.	Integritas penyedia layanan dalam menjalankan operasional platform	0,874	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Tabel 3.7 menunjukkan bahwa seluruh pernyataan mengenai *perceived interaction quality* yang diajukan kepada responden saat pengujian validitas seluruhnya dinyatakan valid karena nilai Sig. kurang dari 0,05 dan r_{hitung} lebih tinggi dari r_{tabel} sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur. Nilai tertinggi ditemukan pada dimensi *credibility* pada item 8 (delapan) dengan r_{hitung} 0,940. Nilai terendah berada pada dimensi *connectedness* pada item 11 (sebelas) dengan r_{hitung} 0,814 yang menunjukkan bahwa korelasi seluruh pernyataan di atas cukup tinggi. Adapun hasil pengujian validitas *continuance intention* yang disajikan pada Tabel 3.8 Hasil Pengujian Validitas Variabel X₂ (*Continuance Intention*) berikut.

TABEL 3.8
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL
Y₁ (CONTINUANCE INTENTION)

No	Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
<i>Attitude</i>				
15.	Kecenderungan sikap pengguna dalam memilih platform <i>telemedicine</i> dibandingkan alternatif lainnya (RS konvensional)	0,631	0,361	Valid
16.	Kepuasan setelah menggunakan layanan platform <i>telemedicine</i>	0,846	0,361	Valid
<i>Usability</i>				
17.	Keefektifan dalam menggunakan sistem pada platform	0,725	0,361	Valid
18.	Kemudahan untuk mempelajari cara menggunakan sistem platform <i>telemedicine</i>	0,766	0,361	Valid
<i>Performance</i>				
19.	Ketepatan penyesuaian kebutuhan pengguna dalam mengakses informasi pada platform	0,804	0,361	Valid
20.	Konsistensi layanan dalam memberikan pengalaman yang sama di berbagai kondisi pada platform	0,829	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Tabel 3.8 menunjukkan bahwa seluruh pernyataan mengenai *continuance intention* yang diajukan kepada responden saat pengujian validitas seluruhnya dinyatakan valid karena nilai *Sig.* kurang dari 0,05 dan r_{hitung} lebih tinggi dari r_{tabel} sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur. Nilai tertinggi ditemukan pada dimensi *performance* pada item 16 (enam belas) dengan r_{hitung} 0,846. Nilai terendah berada pada dimensi *attitude* pada item 15 (lima belas) dengan r_{hitung} 0,631 yang menunjukkan bahwa korelasi seluruh pernyataan di atas cukup tinggi. Adapun hasil pengujian validitas *continuance intention* yang disajikan pada Tabel 3.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Y₂ (*Customer Delight*) berikut.

TABEL 3.9
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL
Y₂ (CUSTOMER DELIGHT)

No	Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
<i>Positive Emotions</i>				
21.	Kesenangan yang dirasakan berupa emosi	0,718	0,361	Valid

Nina Nuraini, 2025

PENGARUH *PERCEIVED PLATFORM QUALITY* DAN *PERCEIVED INTERACTION QUALITY* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* MELALUI *COSTUMER DELIGHT* PADA PENGGUNA APLIKASI *TELEMEDICINE* DI INDONESIA
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
positif saat menggunakan platform				
22.	Antusias yang muncul saat menggunakan produk atau layanan platform	0,665	0,361	Valid
<i>Convenience</i>				
23.	Kemudahan dalam mengakses layanan kapan dan dimana saja pada platform	0,655	0,361	Valid
24.	Kenyamanan saat menggunakan layanan platform	0,767	0,361	Valid
<i>Reliability</i>				
25.	Konsistensi sistem beroperasional dengan andal selama digunakan pada platform	0,808	0,361	Valid
26.	Kestabilan sistem berfungsi dengan andal dibawah kondisi beban pengguna pada platform	0,440	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Tabel 3.9 menunjukkan bahwa seluruh pernyataan mengenai *customer delight* yang diajukan kepada responden saat pengujian validitas seluruhnya dinyatakan valid karena nilai Sig. kurang dari 0,05 dan r_{hitung} lebih tinggi dari r_{tabel} sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur. Nilai tertinggi ditemukan pada dimensi *positive emotions* pada item 25 (dua puluh lima) dengan r_{hitung} 0,808. Nilai terendah berada pada dimensi *convenience* pada item 26 (dua puluh enam) dengan r_{hitung} 0,440 yang menunjukkan bahwa korelasi seluruh pernyataan di atas cukup tinggi.

3.2.6.2 Pengujian Reabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana data bebas dari kesalahan sehingga dapat menjamin pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dalam seluruh instrumen. Dapat diketahui bahwa reliabilitas adalah indikasi stabilitas dan konsistensi instrumen untuk mengukur konsep dan membantu untuk menilai kebaikan dari ukuran (Sekaran & Bougie, 2016). Malhotra (2015) mendefinisikan reabilitas sebagai sejauh mana suatu ukuran bebas dari kesalahan acak. Reliabilitas dinilai dengan cara menentukan hubungan antara skor yang diperoleh dari skala administrasi yang berbeda. Jika asosiasi tinggi, maka skala akan menghasilkan hasil yang konsisten sehingga dapat dikatakan reliabel.

Pada umumnya pengukuran reliabilitas sering dilakukan dengan *one shot* dengan beberapa pertanyaan. Pengujian reliabilitas dimulai dengan menguji validitas

Nina Nuraini, 2025

PENGARUH PERCEIVED PLATFORM QUALITY DAN PERCEIVED INTERACTION QUALITY TERHADAP CONTINUANCE INTENTION MELALUI COSTUMER DELIGHT PADA PENGGUNA APLIKASI TELEMEDICINE DI INDONESIA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

terlebih dahulu. Jika pertanyaannya tidak valid, maka pertanyaan tersebut dibuang. Pertanyaan yang sudah valid baru secara bersama-sama diukur reliabilitasnya. Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten (Janti, 2014). Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi.

Penelitian ini menguji reliabilitas dengan menggunakan rumus *Spearman Brown* dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 7. Penggunaan formula *Spearman Brown* dapat dilakukan dan menghasilkan reliabilitas yang akurat jika hasil pembelahannya bersifat paralel. Apabila asumsi paralel tersebut tidak yakin dipenuhi, maka dapat digunakan koefisien- α (*Cronbach*). Menurut Sekaran dan Bougie (2016) *cronbach alpha* adalah koefisien kehandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. *Cronbach alpha* dihitung dalam rata-rata interkorelasi antar item yang mengukur konsep. Semakin dekat *cronbach alpha* dengan 1, semakin tinggi keandalan konsistensi internal.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Spearman Brown*, yaitu:

$$r_1 = \left[\frac{2r_b}{1 + r_b} \right]$$

Keterangan:

r_1 = reliabilitas internal seluruh instrumen

r_b = korelasi *product moment* antara belahan ganjil dengan belahan genap

Rentang nilai *alpha Cronbach* adalah $\alpha < 0,50$ reliabilitas rendah, $0,50 < \alpha < 0,70$ maka reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*), $\alpha > 0,80$ maka reliabilitas kuat, $\alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna.

Berikut Tabel 3.10 Hasil Pengujian Reabilitas Variabel *Perceived Platform Quality*, *Perceived Interaction Quality*, *Continuance Intention*, dan *Costumer Delight* yang menggunakan bantuan aplikasi SPSS for Windows.

TABEL 3.10
**HASIL PENGUJIAN REABILITAS VARIABEL *PERCEIVED PLATFORM*
QUALITY, PERCEIVED INTERACTION QUALITY, CONTINUANCE
*INTENTION, DAN COSTUMER DELIGHT***

No	Variabel	Sig	Split Half Coefficient	r _{tabel}	Keterangan
1.	<i>Perceived Platform Quality</i>	0,05	0,938	0,361	Reliabel
2.	<i>Perceived Interaction Quality</i>	0,05	0,955	0,361	Reliabel
3.	<i>Continuance Intention</i>	0,05	0,848	0,361	Reliabel
4.	<i>Costumer Delight</i>	0,05	0,762	0,361	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Jumlah angket diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5%, maka didapat r_{tabel} sebesar 0,361. Berdasarkan Tabel 3.10 semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini diketahui reliabel karena nilai hasil pengujian *Split Half Coefficient* pada seluruh variabel lebih daripada nilai r_{tabel} dan berada pada kategori yang tinggi.

3.2.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan secara statistik untuk melihat apakah hipotesis yang dihasilkan telah didukung oleh data (Sekaran & Bougie, 2016). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap, di antaranya:

1. Menyusun data, kegiatan ini bertujuan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Menyeleksi data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang telah terkumpul.
3. Tabulasi data, penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah berikut ini:

Nina Nuraini, 2025

PENGARUH *PERCEIVED PLATFORM QUALITY* DAN *PERCEIVED INTERACTION QUALITY* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* MELALUI *COSTUMER DELIGHT* PADA PENGGUNA APLIKASI *TELEMEDICINE* DI INDONESIA
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- a. Memasukan/input data ke program Microsoft Office Excel
- b. Memberi skor pada setiap item
- c. Menjumlahkan skor pada setiap item
- d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

Penelitian ini meneliti pengaruh *Perceived Platform Quality* (X_1) dan *Perceived Interaction Quality* (X_2) terhadap *Continuance Intention* (Y_2) melalui *Customer Delight* (Y_1). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *semantic differential scale* yang biasanya menunjukkan skala tujuh poin dengan atribut bipolar mengukur arti suatu objek atau konsep bagi responden (Sekaran & Bougie, 2016). Data yang diperoleh adalah data interval. Rentang dalam penelitian ini yaitu sebanyak 7 angka. Responden yang memberi penilaian pada angka 7, berarti sangat positif, sedangkan bila memberi jawaban angka 1 berarti persepsi responden terhadap pernyataan tersebut sangat negatif. Kategori kriteria dan rentang jawaban dapat terlihat pada Tabel 3.11 Skor Alternatif berikut.

**TABEL 3.11
SKOR ALTERNATIF**

Alternatif Jawaban	Rentang Jawaban							Positif
	Negatif	1	2	3	4	5	6	
Sangat Sulit/Sangat Buruk/Sangat Tidak Sesuai/Sangat Tidak Aman/Sangat Tidak Puas/Sangat Rendah/Sangat Tidak Senang/Sangat Tidak Nyaman								Sangat Mudah/Sangat Baik/Sangat Sesuai/Sangat Aman/Sangat Puas/Sangat Tinggi/Sangat Senang/Sangat Nyaman

Sumber: Modifikasi dari (Sekaran & Bougie, 2016)

Untuk mengategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%.

3.2.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mencari adanya suatu hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikasinya. Alat penelitian yang digunakan dalam

penelitian ini adalah angket atau kuesioner yang disusun berdasarkan variabel yang terdapat pada data penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *perceived platform quality* dan *perceived interaction quality* terhadap *continuance intention* melalui *customer delight*. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan kedalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi dan penerapan data pada pendekatan penelitian.

Langkah-langkah yang digunakan untuk melakukan analisis deskriptif pada ketiga variabel penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Analisis Tabulasi Silang (*Cross Tabulation*)

Metode *cross tabulation* merupakan analisis yang dilakukan untuk melihat apakah terdapat hubungan deskriptif antara dua variabel atau lebih dalam data yang diperoleh (Malhotra, 2015). Analisis ini pada prinsisipnya menyajikan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom. Data yang digunakan untuk penyajian *cross tabulation* merupakan data berskala nominal atau kategori (Ghozali, 2014). *Cross tabulation* merupakan metode yang menggunakan uji statistik untuk mengidentifikasi dan mengetahui korelasi antar dua variabel atau lebih, apabila terdapat hubungan antara variabel tersebut, maka terdapat tingkat ketergantungan yang saling mempengaruhi yaitu perubahan variabel yang satu ikut dalam mempengaruhi variabel lain. Format tabel tabulasi yang digunakan dalam penelitian ini terdapat pada Tabel 3.12 Tabel Tabulasi Silang (*Cross Tabulation*) dibawah ini.

TABEL 3.12
TABEL TABULASI SILANG (CROSS TABULATION)

Variabel Kontrol	Judul (Identifikasi/Karakteristik/ Pengalaman)	Judul (Identifikasi/Karakteristik/ Pengalaman)		Total		
		(Identifikasi/Karakteristik/ Pengalaman)	Klasifikasi (Identifikasi/Karakteristik/ Pengalaman)	F	%	
Total Skor						
Total Keseluruhan						
2. Skor Ideal						

Skor ideal merupakan skor yang secara ideal diharapkan untuk jawaban dari pertanyaan yang terdapat pada angket kuesioner yang akan dibandingkan dengan **Nina Nuraini, 2025**

perolehan skor total untuk mengetahui hasil kinerja dari variabel. Penelitian atau survei membutuhkan instrumen atau alat yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data seperti kuesioner. Kuesioner berisikan pertanyaan yang diajukan kepada responden atau sampel dalam suatu proses penelitian atau survei. Jumlah pertanyaan yang dimuat dalam penelitian cukup banyak sehingga membutuhkan *scoring* untuk memudahkan dalam proses penilaian dan untuk membantu dalam proses analisis data yang telah ditemukan. Rumus yang digunakan dalam skor ideal yaitu sebagai berikut:

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}$$

3. Tabel Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, diantaranya yaitu: 1) Analisis Deskriptif Variabel Y_2 (*Continuance Intention*), di mana variabel Y_2 terfokus pada penelitian *continuance intention* melalui *attitude*, *usability*, dan *performance*; 2) Analisis Deskriptif Variabel Y_1 (*Customer Delight*), di mana variabel Y_1 terfokus pada penelitian *customer delight* melalui *positive emotions*, *convenience*, dan *reliability* 3) Analisis Deskriptif Variabel X_1 (*Perceived Platform Quality*), dimana variabel X_1 terfokus pada penelitian terhadap *perceived platform quality* melalui *design quality*, *system security*, dan *ease of use*; 4) Analisis Deskriptif Variabel X_2 (*Perceived Interaction Quality*), dimana variabel X_2 terfokus pada penelitian terhadap *perceived interaction quality* melalui *connectedness*, *responsiveness*, dan *credibility*. Cara yang dilakukan untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil 0% sampai 100%. Format tabel analisis deskriptif yang digunakan penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.13 Analisis Deskriptif sebagai berikut.

TABEL 3.13
ANALISIS DESKRIPTIF

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Total	Skor Ideal	Total Skor Per-Item	% Skor
Skor						
Total Skor						

Sumber: modifikasi dari Sekaran & Bougie (2016)

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengkategorikan hasil perhitungan berdasarkan kriteria penafsiran, dibuatlah garis kontinum yang dibedakan menjadi tujuh tingkatan, di antaranya sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, sedang, cukup rendah, rendah dan sangat rendah. Tujuan dibuatnya garis kontinum ini adalah untuk membandingkan setiap skor total tiap variabel untuk memperoleh pengaruh variabel *perceived platform quality* (X_1) dan *perceived interaction quality* (X_2) terhadap *continuance intention* (Y_2) melalui *customer delight* (Y_1). Rancangan langkah-langkah pembuatan garis kontinum dijelaskan sebagai berikut:

1. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

Kontinum Tertinggi = Skor tertinggi x Jumlah pernyataan x Jumlah responden

Kontinum Terendah = Skor terendah x Jumlah pernyataan x Jumlah responden

2. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap Tingkat

Skor Setiap Tingkatan =
$$\frac{\text{Kontinum Tertinggi} - \text{Kontinum Terendah}}{\text{Banyaknya Tingkatan}}$$

3. Membuat garis kontinum dan menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan persentase letak skor hasil penelitian (*rating scale*) dalam garis kontinum (Skor/Skor Maksimal \times 100%). Pengpengaruh kriteria dapat dilihat dari Gambar 3.1 mengenai Garis Kontinum Penelitian *perceived platform quality*, *perceived interaction quality*, *continuance intention*, dan *customer delight* berikut ini.



GAMBAR 3.1
GARIS KONTINUM PENELITIAN *PERCEIVED PLATFORM QUALITY*, *PERCEIVED INTERACTION QUALITY*, *CONTINUANCE INTENTION*, DAN *CUSTOMER DELIGHT*

Keterangan:

A = Skor minimum
B = Jarak interval

Σ = Jumlah perolehan skor
N = Skor ideal teknik analisis data verifikatif

Nina Nuraini, 2025

PENGARUH *PERCEIVED PLATFORM QUALITY* DAN *PERCEIVED INTERACTION QUALITY* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* MELALUI *COSTUMER DELIGHT* PADA PENGGUNA APLIKASI *TELEMEDICINE* DI INDONESIA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.7.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul dan dilakukan analisis deskriptif, maka dilakukan analisis berikutnya yaitu analisis data verifikatif. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilaksanakan untuk menguji kebenaran ilmu-ilmu yang telah ada, berupa konsep, prinsip, prosedur, dalil maupun praktek dari ilmu itu sendiri sehingga tujuan dari penelitian verifikatif dalam penelitian ini untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan (Arifin, 2014).

Teknik analisis data verifikatif dalam penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh *perceived platform quality* (X_1) dan *perceived interaction quality* (X_2) terhadap *continuance intention* (Y_2) melalui *customer delight* (Y_1). Teknik analisis data verifikatif yang digunakan untuk mengetahui hubungan korelatif dalam penelitian ini yaitu teknik analisis SEM (*Structural Equation Model*) atau Pemodelan Persamaan Struktural.

SEM adalah teknik statistik yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi (korelasi), yang bertujuan untuk menguji hubungan hubungan antara variabel yang ada pada sebuah model baik antar indikator dengan konstruknya ataupun hubungan antar konstruk (Santoso, 2011). SEM mempunyai karakteristik yang bersifat sebagai teknik analisis yang lebih menegaskan (Sarwono, 2010). SEM digunakan bukan untuk merancang suatu teori, tetapi lebih ditujukan untuk memeriksa dan membenarkan suatu model. Oleh karena itu, syarat utama menggunakan SEM adalah membangun suatu model hipotesis yang terdiri dari model struktural dan model pengukuran yang berdasarkan justifikasi teori.

SEM merupakan gabungan dari dua model statistika yang terpisah yaitu analisis faktor (*factor analysis*) yang dikembangkan di ilmu psikologi dan psikometri serta model persamaan simultan (*simultaneous equation modeling*) yang dikembangkan di ekonometrika (Ghozali, 2014). Pernyataan bahwa SEM adalah model persamaan simultan didukung oleh Cleff (2014) menggunakan SEM memungkinkan dilakukannya

analisis terhadap serangkaian hubungan secara simultan sehingga memberikan efisiensi secara statistik.

SEM memiliki karakteristik utama yang dapat membedakan dengan teknik analisis multivariat lainnya. Teknik analisis data SEM memiliki estimasi hubungan ketergantungan ganda (*multiple dependence relationship*) dan juga memungkinkan mewakili konsep yang sebelumnya tidak teramat (*unobserved concept*) dalam hubungan yang ada dan memperhitungkan kesalahan pengukuran (*measurement error*) (Sarjono & Julianita, 2015).

3.2.7.2.1 Model dalam SEM

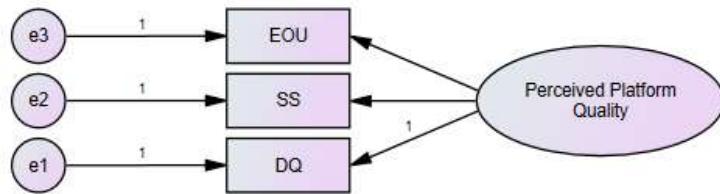
Terdapat dua jenis dalam sebuah model perhitungan SEM, yaitu terdiri dari model pengukuran dan model struktural sebagai berikut:

1. Model Pengukuran

Model pengukuran merupakan bagian dari suatu model SEM yang berhubungan dengan variabel-variabel laten dan indikator-indikatornya. Model pengukuran sendiri digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Model pengukuran murni disebut model analisis faktor konfirmatori atau *confirmatory factor analysis* (CFA) dimana terdapat kovarian yang tidak terukur antara masing-masing pasangan variabel-variabel yang memungkinkan. Model pengukuran dievaluasi sebagaimana model SEM lainnya dengan menggunakan pengukuran uji keselarasan. Proses analisis hanya dapat dilanjutkan jika model pengukuran valid (Sarwono, 2010).

Pada penelitian ini variabel laten eksogen terdiri dari *perceived platform quality* dan *perceived interaction quality*, sedangkan keseluruhan variabel-variabel tersebut mempengaruhi variabel laten endogen yaitu *continuance intention* melalui *customer delight* baik secara langsung maupun tidak langsung. Spesifikasi model pengukuran model variabel adalah sebagai berikut:

- a) Model Pengukuran Variabel Laten Eksogen



**GAMBAR 3.2
MODEL PENGUKURAN *PERCEIVED PLATFORM QUALITY***

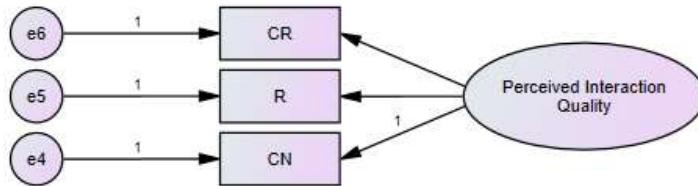
Keterangan:

DQ = *Design Quality*

SS = *System Security*

EOU = *Ease of Use*

b) Model Pengukuran Variabel Laten Eksogen



**GAMBAR 3.3
MODEL PENGUKURAN *PERCEIVED INTERACTION QUALITY***

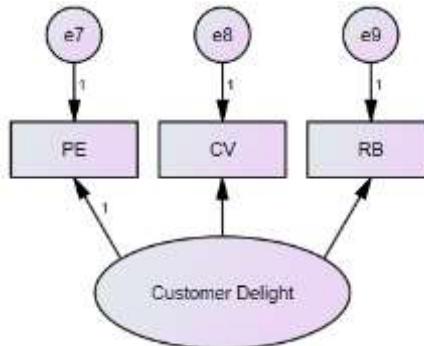
Keterangan:

CN = *Connectedness*

R = *Responsiveness*

CR = *Credibility*

c) Model Pengukuran Variabel Laten Endogen



**GAMBAR 3.4
MODEL PENGUKURAN *CUSTOMER DELIGHT***

Nina Nuraini, 2025

PENGARUH *PERCEIVED PLATFORM QUALITY* DAN *PERCEIVED INTERACTION QUALITY* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* MELALUI *COSTUMER DELIGHT* PADA PENGGUNA APLIKASI *TELEMEDICINE* DI INDONESIA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

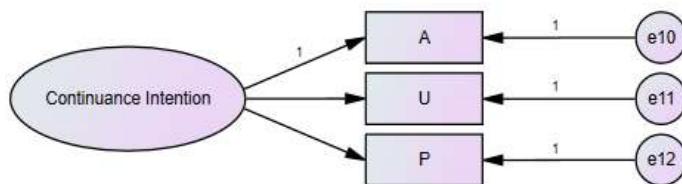
Keterangan:

PE = *Positive Emotions*

CV = *Convenience*

RB = *Reability*

d) Model Pengukuran Variabel Laten Endogen



GAMBAR 3.5
MODEL PENGUKURAN *CONTINUANCE INTENTION*

Keterangan:

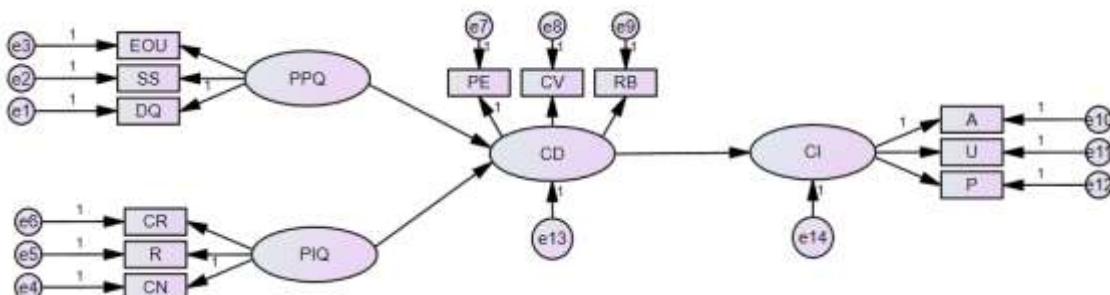
A = *Attitude*

U = *Usability*

P = *Performance*

2. Model Struktural

Model struktural adalah komponen dari model SEM yang meliputi variabel independen dan dependen. Hal ini berbeda dengan model pengukuran yang membuat semua variabel (konstruk) sebagai variabel independen dengan berpedoman terhadap hakekat SEM dan pada teori tertentu. Model struktural meliputi hubungan antar konstruk laten dan hubungan ini di anggap linear, walaupun pengembangan lebih lanjut memungkinkan memasukkan persamaan nonlinear. Secara grafis, garis dengan satu



GAMBAR 3.6

MODEL STRUKTURAL PENGARUH *PERCEIVED PLATFORM QUALITY* DAN *PERCEIVED PLATFORM QUALITY* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* MELALUI *CUSTOMER DELIGHT*

3.2.7.2.2 Asumsi, Tahap, dan Prosedur SEM

Esimasi parameter dalam SEM umumnya berdasarkan pada metode *Maximum Likelihood* (ML) yang menghendaki adanya beberapa asumsi yang harus memastikan asumsi dalam SEM ini terpenuhi guna mengetahui apakah model sudah baik dan dapat digunakan atau tidak. Asumsi-asumsi tersebut adalah sebagai berikut (Ghozali, 2014):

1. Ukuran Sampel

Ukuran sampel yang harus dipenuhi dalam SEM minimal berukuran 100 yang akan memberikan dasar untuk mengestimasi *sampling error*. Dalam model estimasi menggunakan *maximum likelihood* (ML) ukuran sampel yang harus digunakan antara lain 100-200 untuk mendapatkan estimasi parameter yang tepat (Ghozali, 2014).

2. Normalitas Data

Syarat dalam melakukan pengujian berbasis SEM yaitu melakukan uji asumsi data dan variabel yang diteliti dengan uji normalitas. Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai c.r *skewness* dan c.r *kurtosis* berada pada posisi $\pm 2,58$ (Santoso, 2011). Sebaran data harus dianalisis untuk melihat apakah asumsi normalitas dipenuhi sehingga data dapat diolah lebih lanjut untuk pemodelan (Cleff, 2014).

3. Outliers Data

Outliers data adalah observasi data yang nilainya jauh di atas atau di bawah rataratannya (nilai ekstrim) baik secara *univariate* maupun *multivariate* karena kombinasi karakteristik unik yang dimilikinya sehingga jauh berbeda dari observasi lainnya (Ferdinand, 2006). Pemeriksaan *outliers* dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *Mahalanobis d-squared* dengan *chi square dt*. *Nilai Mahalanobis d-squared < chisquare dt*. Cara lain untuk memeriksa adanya tidaknya data outliers adalah dengan melihat nilai p_1 dan p_2 , p_1 diharapkan memiliki nilai yang kecil, sedangkan p_2 sebaliknya, data *outliers* diindikasikan ada jika p_2 bernilai 0.000 (Ghozali, 2014).

4. Multikolinearitas

Nina Nuraini, 2025

PENGARUH *PERCEIVED PLATFORM QUALITY* DAN *PERCEIVED INTERACTION QUALITY* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* MELALUI *COSTUMER DELIGHT* PADA PENGGUNA APLIKASI *TELEMEDICINE* DI INDONESIA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Multikolinearitas dapat dideteksi dari determinan matriks kovarians. Asumsi multikolinearitas mensyaratkan tidak adanya korelasi yang sempurna atau besar antara variabel-variabel eksogen. Nilai korelasi di antara variabel yang teramati tidak boleh sebesar 0,9 atau lebih (Ghozali, 2014). Nilai matriks kovarians yang sangat kecil memberikan indikasi adanya masalah multikolinearitas atau singularitas. Multikolinearitas menunjukkan kondisi dimana antar variabel penyebab terdapat hubungan linier yang sempurna, eksak, *perfectly predicted* atau *singularity* (Kusnendi, 2008). Setelah semua asumsi terpenuhi, maka tahapan-tahapan dari analisis SEM selanjutnya dapat dilakukan. Terdapat beberapa prosedur yang harus dilewati dalam teknik analisis data menggunakan SEM yang secara umum terdiri dari tahap-tahap sebagai berikut (Bollen & Long, 1993):

1. Spesifikasi Model (*Model Specification*)

Tahap spesifikasi pembentukan model yang merupakan pembentukan hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten yang lainnya dan juga terkait hubungan antara variabel laten dengan variabel manifes didasarkan pada teori yang berlaku (Sarjono & Julianita, 2015). Langkah ini dilakukan sebelum estimasi model. Berikut ini merupakan langkah-langkah untuk mendapatkan model yang diinginkan dalam tahap spesifikasi model (Wijanto, 2007), yaitu:

- a) Spesifikasi model pengukuran
 - 1) Mendefinisikan variabel-variabel laten yang ada dalam penelitian
 - 2) Mendefinisikan variabel-variabel yang teramati
 - 3) Mendefinisikan hubungan di antara variabel laten dengan variabel yang teramati
- b) Spesifikasi model struktural, yaitu mendefinisikan hubungan kausal di antara variabel-variabel laten tersebut.
- c) Menggambarkan diagram jalur dengan *hybrid model* yang merupakan kombinasi dari model pengukuran dan model struktural, jika diperlukan (bersifat opsional).

2. Identifikasi Model (*Model Identification*)

Tahap ini berkaitan dengan pengkajian tentang kemungkinan diperolehnya nilai yang unik untuk setiap parameter yang ada di dalam model dan kemungkinan persamaan simultan yang tidak ada solusinya. Terdapat tiga kategori dalam persamaan secara simultan, di antaranya (Wijanto, 2007):

- a) *Under-identified model*, yaitu model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih besar dari jumlah data yang diketahui. Keadaan yang terjadi pada saat nilai *degree of freedom/df* menunjukkan angka negatif, pada keadaan ini estimasi dan penilaian model tidak bisa dilakukan.
- b) *Just-identified model*, yaitu model dengan jumlah parameter yang diestimasi sama dengan jumlah data yang diketahui. Keadaan ini terjadi saat nilai *degree of freedom/df* berada pada angka 0, keadaan ini disebut pula dengan istilah *saturated*. Jika terjadi *just identified* maka estimasi dan penilaian model tidak perlu dilakukan.
- c) *Over-identified model*, yaitu model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih kecil dari jumlah data yang diketahui. Keadaan yang terjadi saat nilai *degree of freedom/df* menunjukkan angka positif, pada keadaan inilah estimasi dan penilaian model dapat dilakukan.

Besarnya *degree of freedom* (df) pada SEM adalah besarnya jumlah data yang diketahui dikurangi jumlah parameter yang diestimasi yang nilainya kurang dari nol ($df = \text{jumlah data yang diketahui} - \text{jumlah parameter yang diestimasi} < 0$).

3. Estimasi (*Estimation*)

Metode estimasi model didasarkan pada asumsi sebaran dari data, jika data berdistribusi normal multivarariat maka estimasi model dilakukan dengan metode *maximum likelihood* (ML) namun juga data menyimpang dari sebaran normal *multivariate*, metode estimasi yang dapat digunakan adalah *Robust Maximum Likelihood* (RML) atau *Weighted Least Square* (WLS). Langkah ini ditujukan untuk menentukan nilai estimasi setiap parameter model yang membentuk matriks $\Sigma(\Theta)$, sehingga nilai parameter tersebut sedekat mungkin dengan nilai yang ada di

dalam matriks S (matriks kovarians dari variabel yang teramati/sampel) (Sarjono & Julianita, 2015).

Pada penelitian ini akan dilihat apakah model menghasilkan sebuah *estimated population covariance matrix* yang konsisten dengan sampel *covariance matrix*. Tahap ini dilakukan pemeriksaan kecocokan beberapa *model tested* (model yang memiliki bentuk yang sama tetapi berbeda dalam hal jumlah atau tipe hubungan kausal yang merepresentasikan model) yang secara subjektif mengindikasikan apakah data sesuai atau cocok dengan model teoritis atau tidak.

4. Uji Kecocokan (*Model Fit Testing*)

Tahap ini berkaitan dengan pengujian kecocokan antara model dengan data. Uji kecocokan model dilakukan untuk menguji apakah model yang dihipotesiskan merupakan model yang baik untuk merepresentasikan hasil penelitian. Terdapat beberapa statistik untuk mengevaluasi model yang digunakan. Umumnya terdapat berbagai jenis indeks kecocokan yang digunakan untuk mengukur derajat kesesuaian antara model yang dihipotesiskan dengan data yang disajikan. Kesesuaian model dalam penelitian ini dilihat dalam tiga kondisi berikut: 1) *Absolute Fit Measures* (cocok secara mutlak), 2) *Incremental Fit Measures* (lebih baik relatif terhadap model-model lain) dan, 3) *Parsimonius Fit Measures* (lebih sederhana relatif terhadap model-model alternatif).

Uji kecocokan dilakukan dengan menghitung *goodness of fit* (GOF). Dasar pengambilan nilai batas (*cut-off value*) untuk menentukan kriteria *goodness of fit* dapat dilakukan dengan mengambil pendapat berbagai ahli. Adapun indikator pengujian *goodness of fit* dan *nilai cut-off (cut-off value)* yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada pendapat (Yvonne & Kristaung, 2013) sebagai berikut:

- a) *Chi Square* (χ^2) adalah ukuran keseluruhan (*overall*) yang mengindikasikan perubahan rasio *likelihood*. Ukuran ini digunakan sebagai pengujian untuk menilai kecocokan model pengukuran dan menunjukkan apakah matriks kovarian hasil estimasi berbeda secara positif dengan matriks kovarian sampel. *Chi-square* sangat sensitif terhadap ukuran sampel yang digunakan. Kriteria

yang digunakan adalah jika matriks kovarian sampel tidak berbeda secara positif dengan matriks kovarian hasil estimasi, maka data dianggap cocok dengan model. Nilai *chi-square* rendah menunjukkan model yang baik. Namun, walaupun *chi-square* adalah alat uji utama, bukan satu-satunya dasar dalam menentukan kecocokan model. Untuk mengatasi kekurangan pengujian *chi-square*, digunakan rasio χ^2/df (CMIN/DF), di mana model dianggap cocok jika nilai CMIN/DF $< 2,00$.

- b) *Goodness of Fit Index* (GFI) dan *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI) digunakan untuk mengukur sejauh mana varian yang dijelaskan oleh matriks kovarian populasi yang diestimasi dalam matriks kovarian sampel. Nilai *Goodness of Fit Index* berkisar antara 0 (*poor fit*) hingga 1 (*perfect fit*). Semakin tinggi nilai GFI, menunjukkan semakin baiknya kecocokan model dengan data. Jika nilai GFI mencapai atau melebihi 0,90, maka dianggap sebagai kecocokan yang baik (*perfect fit*).
- c) *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) adalah indeks yang digunakan untuk *overcome* kelemahan *chi-square* (χ^2) pada sampel yang besar. Semakin rendah nilai RMSEA, semakin baik kecocokan model dengan data. Rentang nilai RMSEA antara 0,05 hingga 0,08 dianggap sebagai ukuran yang dapat diterima (Ghozali, 2014). Uji empiris RMSEA cocok untuk menguji model konfirmatori atau strategi competing model dengan sampel yang besar.
- d) *Adjusted Goodness of Fit Indices* (AGFI) adalah GFI yang disesuaikan dengan *degree of freedom*, mirip dengan R2 dan regresi berganda. GFI dan AGFI merupakan kriteria yang mempertimbangkan proporsi varian dalam matriks kovarian sampel. Jika nilai *cut-off-value* AGFI adalah $\geq 0,90$, maka dianggap sebagai tingkat yang baik. Kriteria ini dapat diinterpretasikan sebagai *good overall model fit* jika nilai AGFI $\geq 0,95$. Jika nilai berada dalam rentang 0,90-0,95, maka disebut cukup, dan jika nilai antara 0,80-0,90, menunjukkan *marginal fit*.

- e) *Tucker Lewis Index* (TLI) adalah salah satu indeks penilaian fit model secara incremental yang membandingkan model yang sedang diuji dengan model acuan (*baseline model*). Nilai $TLI \geq 0,90$ direkomendasikan sebagai batasan untuk menerima sebuah model.
- f) *Comparative Fit Index* (CFI) adalah indeks untuk menguji kecocokan model yang tidak sensitif terhadap ukuran sampel dan kompleksitas model. Nilai yang ditetapkan untuk mengindikasikan penerimaan model adalah $\geq 0,90$.
- g) *Parsimonious Normal Fit Index* (PNFI) memperhitungkan jumlah *degree of freedom* yang digunakan untuk mencapai tingkat kecocokan. PNFI digunakan terutama untuk membandingkan model dengan jumlah *degree of freedom* yang berbeda. Perbedaan PNFI antara 0,60 hingga 0,90 menunjukkan perbedaan yang positif antara model (Ghozali, 2014).
- h) *Parsimonious Goodness of Fit Index* (PGFI) adalah modifikasi dari GFI yang mempertimbangkan *parsimony* (kesederhanaan) model yang diestimasi. Nilai PGFI berkisar antara 0 hingga 1,0. Semakin tinggi nilai PGFI, menunjukkan tingkat *parsimony* yang lebih baik pada model (Ghozali, 2014).

TABEL 3.14
INDIKATOR PENGUJIAN KESESUAIAN MODEL

<i>Goodness-of-Fit Measures</i>	Tingkat Penerimaan
<i>Absolute Fit Measures</i>	
<i>Statistic Chi-Square</i> (χ^2)	Mengikuti uji statistik yang berkaitan dengan persyaratan signifikan bahwa semakin kecil semakin baik.
<i>Goodness of Fit Index</i> (GFI)	Nilai berkisar antara 0-1, nilai lebih tinggi adalah lebih baik. $GFI \geq 0.90 = \text{good fit}$, sedangkan $0.80 \leq GFI < 0.90 = \text{marginal fit}$.
<i>Root Mean Square Error of Approximation</i> (RMSEA)	RMSEA yang semakin rendah, mengindikasikan model semakin fit dengan data. Ukuran <i>cut-off-value</i> $\text{RMSEA} < 0,05$ diinterpretasikan <i>close fit</i> , dan $0,05 \leq \text{RMSEA} \leq 0,08$ dikatakan <i>good fit</i> sebagai model yang diterima.
<i>Incremental Fit Measures</i>	
<i>Tucker Lewis Index</i> (TLI)	Nilai berkisar antara 0-1. Dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. $TLI \geq 0.90 = \text{good fit}$, sedangkan $0.80 \leq TLI < 0.90 = \text{marginal fit}$.
<i>Adjusted Goodness of Fit</i> (AGFI)	Nilai AGFI disesuaikan adalah ≥ 0.90 menunjukkan model <i>fit</i> dengan data.

<i>Goodness-of-Fit Measures</i>		<i>Tingkat Penerimaan</i>
<i>Absolute Fit Measures</i>		
<i>Comparative Fit Index</i> (CFI)		Nilai berkisar antara 0-1, nilai lebih tinggi adalah lebih baik. $CFI \geq 0.90$ adalah <i>good fit</i> , sedangkan $0.80 \leq CFI < 0.90$ adalah <i>marginal fit</i> .
<i>Parsimonious Fit Measures</i>		
<i>Parsimonious Normal Fit Index</i> (PNFI)		Semakin tinggi nilai PNFI, maka kecocokan suatu model akan semakin baik.
<i>Parsimonious Goodness of Fit Index</i> (PGFI)		Nilai PGFI antara 0 sampai 1.0 akan menunjukkan model lebih <i>parsimony</i> .

Sumber: (Augustine & Kristaung, 2013; Ghozali, 2014)

5. Respesifikasi (*Respecification*)

Respesifikasi model berdasarkan hasil pengujian kecocokan tahap sebelumnya. Pelaksanaan respesifikasi sangat tergantung pada strategi pemodelan yang digunakan (Nurwulandari & Darwin, 2020). Meskipun sebuah model struktural dapat menunjukkan kecocokan statistik dan adanya hubungan yang positif antar-variabel, itu tidak berarti model tersebut adalah satu-satunya model terbaik. Model tersebut hanya merupakan salah satu dari banyak kemungkinan bentuk model lain yang dapat diterima secara statistik. Oleh karena itu, dalam praktiknya, peneliti tidak berhenti setelah menganalisis satu model saja tetapi cenderung melakukan respesifikasi model atau modifikasi model, yaitu upaya untuk menyajikan serangkaian alternatif guna menguji apakah terdapat bentuk model yang lebih baik dari model yang sudah ada.

Tujuan dari modifikasi model adalah untuk menguji apakah perubahan yang dilakukan dapat mengurangi nilai *chi-square* atau tidak. Semakin rendah nilai *chi-square*, maka semakin baik kecocokan model dengan data yang ada. Langkah-langkah dalam modifikasi ini sebenarnya sama dengan pengujian yang telah dilakukan sebelumnya, tetapi sebelum perhitungan dilakukan, beberapa modifikasi dilakukan pada model berdasarkan prinsip yang sesuai dengan penggunaan software AMOS. Modifikasi dapat dilakukan berdasarkan *output modification indices* (M.I) yang terdiri dari tiga kategori: *covariances*, *variances*, dan *regressions weight*. Modifikasi yang umum dilakukan adalah mengacu pada tabel *covariances*, di mana hubungan

covariances dibuat antara variabel/indikator yang disarankan dalam tabel tersebut dengan nilai M.I terbesar.

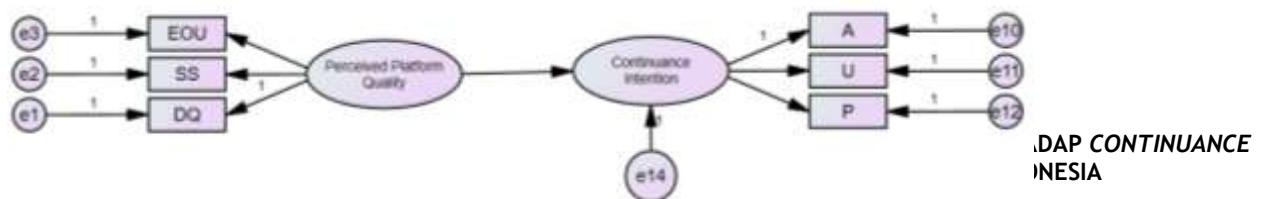
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Hipotesis secara garis besar diartikan sebagai dugaan atau jawaban sementara terhadap suatu masalah yang akan dibuktikan secara statistik (Sukmadinata, 2012). Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel dan hipotesis dua atau lebih variabel yang dikenal sebagai hipotesis kausal (Priyono, 2016). Pengujian hipotesis adalah sebuah cara pengujian jika pernyataan yang dihasilkan dari kerangka teoritis yang berlaku mengalami pemeriksaan ketat (Sekaran & Bougie, 2016). Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau variabel independen yaitu *perceived platform quality* (X_1) dan *perceived interaction quality* (X_2), sedangkan variabel dependen adalah *customer delight* (Y_1) dan *continuance intention* (Y_2) dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan analisis SEM untuk ketiga variabel tersebut.

Pada penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS AMOS versi 22.0 for Windows untuk menganalisis hubungan dalam model struktural yang diusulkan. Adapun model struktural yang diusulkan untuk menguji hubungan kausalitas antara *perceived platform quality* (X_1) dan *perceived interaction quality* (X_2) terhadap *continuance intention* (Y_2) melalui *customer delight* (Y_1). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *t-value* dengan tingkat positifsi 0,05 (5%) dan derajat kebebasan sebesar n (sampel). Nilai *t-value* dalam program IBM SPSS AMOS versi 22.0 for Windows merupakan nilai *Critical Ratio* (C.R.). Apabila nilai *Critical Ratio* (C.R.) $\geq 1,967$ atau nilai probabilitas (P) $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak (hipotesis penelitian diterima).

Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat dituliskan sebagai berikut:

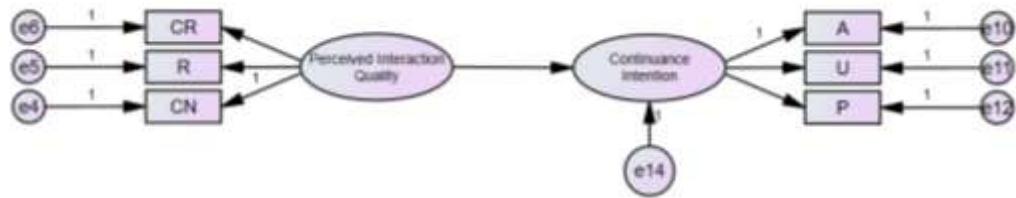
1. Uji Hipotesis 1



$H_0 \text{ c.r} \leq 1,96$, artinya tidak terdapat pengaruh *perceived platform quality* terhadap *continuance intention*

$H_1 \text{ c.r} \geq 1,96$, artinya terdapat pengaruh *perceived platform quality* terhadap *continuance intention*

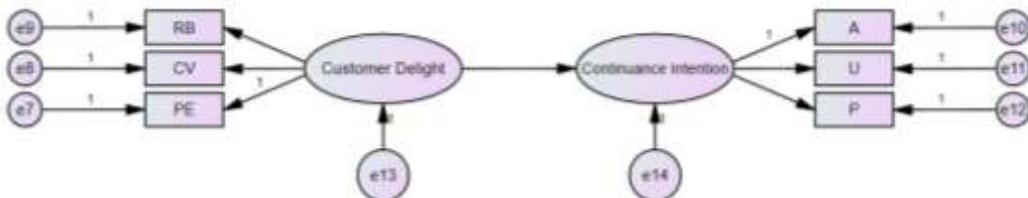
2. Uji Hipotesis 2



$H_0 \text{ c.r} \leq 1,96$, artinya tidak terdapat pengaruh *perceived interaction quality* terhadap *continuance intention*

$H_1 \text{ c.r} \geq 1,96$, artinya terdapat pengaruh *perceived interaction quality* terhadap *continuance intention*

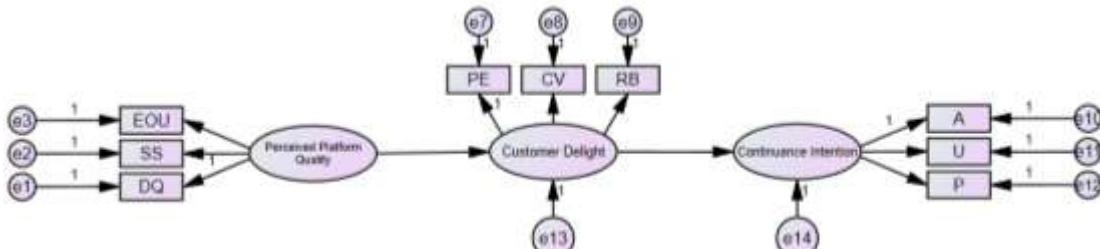
3. Uji Hipotesis 3



$H_0 \text{ c.r} \leq 1,96$, artinya tidak terdapat pengaruh *customer delight* terhadap *continuance intention*

$H_1 \text{ c.r} \geq 1,96$, artinya terdapat pengaruh *customer delight* terhadap *continuance intention*

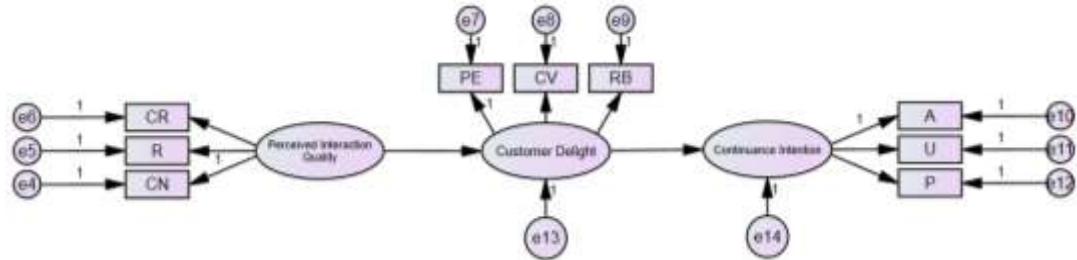
4. Uji Hipotesis 4



$H_0 \text{ c.r} \leq 1,96$, artinya tidak terdapat pengaruh *perceived platform quality* terhadap *continuance intention* melalui *customer delight*

$H_1 \text{ c.r} \geq 1,96$, artinya terdapat pengaruh *perceived platform quality* terhadap *continuance intention* melalui *customer delight*

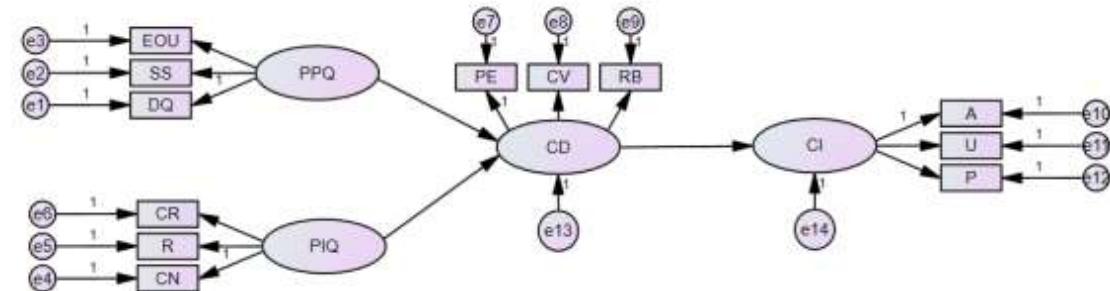
5. Uji Hipotesis 5



$H_0 \text{ c.r} \leq 1,96$, artinya tidak terdapat pengaruh *perceived interaction quality* terhadap *continuance intention* melalui *customer delight*

$H_1 \text{ c.r} \geq 1,96$, artinya terdapat pengaruh *perceived interaction quality* terhadap *continuance intention* melalui *customer delight*

6. Uji Hipotesis 6



$H_0 \text{ c.r} \leq 1,96$, artinya tidak terdapat pengaruh *perceived platform quality* dan *perceived interaction quality* terhadap *continuance intention* melalui *customer delight*

$H_1 \text{ c.r} \geq 1,96$, artinya terdapat pengaruh *perceived platform quality* dan *perceived interaction quality* terhadap *continuance intention* melalui *customer delight*

Nilai yang digunakan untuk menentukan besaran faktor yang membentuk *perceived platform quality* dan *perceived interaction quality* dalam membentuk

Nina Nuraini, 2025

PENGARUH PERCEIVED PLATFORM QUALITY DAN PERCEIVED INTERACTION QUALITY TERHADAP CONTINUANCE INTENTION MELALUI COSTUMER DELIGHT PADA PENGGUNA APLIKASI TELEMEDICINE DI INDONESIA
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

continuance intention melalui *customer delight* dapat dilihat pada matriks atau tabel *implied (for all variables) correlations* yang tertera pada output program IBM SPSS AMOS versi 26.0 for Windows. Berdasarkan matriks atau tabel data tersebut dapat diketahui nilai faktor pembangun *perceived platform quality* dan *perceived interaction quality* yang paling besar dan yang paling kecil dalam membentuk *continuance intention* melalui *customer delight*. Sementara besaran pengaruh dapat dilihat dari hasil *output estimates* pada kolom *total effect* secara *standardized*. Besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *squared multiple correlation* (R^2) yang menunjukkan besarnya penjelasan variabel Y oleh variabel X (Ghozali, 2014).