

Pengaruh Empati dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelayanan Pada Platform Halodoc

Ashka Seavhana

Universitas Islam Sultan Agung

Email: ashkaseavhana@gmail.com

Lutfi Nurcholis

Universitas Islam Sultan Agung

Email: lutfinurcholis@unissula.ac.id

Jl. Kaligawe Raya No.Km.4, Terboyo Kulon, Kec. Genuk, Kota Semarang, Jawa Tengah 50112

Korespondensi penulis: ashkaseavhana@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the effect of Empathy and Trust on Service Satisfaction on the Halodoc platform in Semarang City. A quantitative approach was applied using primary data collected via an online questionnaire with a five-point Likert scale, distributed to 100 active users who had consulted more than once in the past six months, selected through purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression with validity, reliability, classical assumption tests, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results reveal that both Empathy and Trust have a positive and significant effect on Service Satisfaction. These findings indicate that enhancing empathy especially in understanding customers' specific needs and improving trust particularly in maintaining customer relationships can maximize user satisfaction. The lowest-rated service satisfaction indicator, expectation alignment, should be improved by providing services that meet user expectations. This study is limited by the relatively small sample size and the dominance of respondents with less than one year of platform usage. Future research is recommended to include additional variables and apply interview methods to improve data accuracy.*

Keywords: *Empathy, Halodoc, Platform, Service Satisfaction, Trust.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Empati dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelayanan pada platform Halodoc di Kota Semarang. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan data primer dari kuesioner daring berbasis skala Likert lima poin kepada 100 pengguna aktif yang telah melakukan konsultasi lebih dari satu kali dalam enam bulan terakhir, dipilih melalui purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik Empati maupun Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan empati, khususnya dalam memahami kebutuhan spesifik pelanggan, serta peningkatan kepercayaan, terutama dalam menjaga hubungan dengan konsumen, dapat memaksimalkan kepuasan pengguna. Indikator kepuasan pelayanan dengan nilai terendah, yaitu kesesuaian harapan, perlu ditingkatkan melalui layanan yang sesuai ekspektasi pengguna. Keterbatasan penelitian ini meliputi jumlah responden yang relatif sedikit dan dominasi responden dengan lama

penggunaan <1 tahun. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain dan menggunakan metode wawancara untuk meningkatkan akurasi data.

Kata kunci: *Empati, Halodoc, Kepercayaan, Kepuasan Pelayanan, Platform.*

LATAR BELAKANG

Di era digital yang terus berkembang, sektor kesehatan mengalami transformasi signifikan dengan hadirnya platform telemedicine seperti Halodoc, perusahaan teknologi asal Indonesia yang didirikan pada 2016 oleh Jonathan Sudharta. Halodoc mempermudah akses layanan kesehatan melalui aplikasi mobile yang menghubungkan pasien dengan dokter berlisensi, apotek, laboratorium, dan layanan asuransi dalam satu platform terpadu. Visi perusahaan adalah menjadi pendamping terpercaya dalam perawatan kesehatan digital, sementara misinya adalah mempermudah akses perawatan melalui teknologi (HR Halodoc, komunikasi pribadi). Sejak peluncurannya, Halodoc berkembang pesat dengan 20 juta pengguna aktif bulanan pada 2021 (Halodoc, 2021). Meskipun data 2022 tidak tersedia, pada 2023 tercatat adanya grafik pengguna yang terus meningkat (Statista, 2023), menunjukkan bahwa layanan ini menjadi pilihan praktis bagi masyarakat Indonesia untuk berkonsultasi dan mengakses berbagai layanan medis tanpa harus datang langsung ke fasilitas kesehatan. Pada tahun 2023, pengguna Halodoc mengalami peningkatan yang kurang optimal meskipun jumlah pengguna aktif bulanan terus bertambah signifikan dalam beberapa tahun terakhir; berdasarkan data Katadata.id (2021), pengguna Halodoc meningkat 25 kali lipat dalam tiga tahun dengan 20 juta pengguna aktif bulanan dan lonjakan transaksi hingga 16 kali lipat. Halodoc menawarkan kemudahan akses layanan kesehatan melalui aplikasi yang intuitif, memungkinkan konsultasi dokter, pemesanan obat, dan pengaturan tes laboratorium tanpa harus keluar rumah. Namun, layanan telemedicine ini menghadapi keterbatasan, seperti diagnosa yang hanya melalui pesan singkat tanpa pemeriksaan langsung, kesulitan penggunaan bagi lansia, dan keterbatasan infrastruktur geografis di Indonesia (Saputra & Dewi, 2022). Keberhasilan platform ini tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kualitas pelayanan yang melibatkan kepercayaan dan empati pengguna. Kepercayaan, yang dipengaruhi oleh transparansi, keamanan data, dan

profesionalisme tenaga medis, merupakan faktor utama dalam membangun loyalitas pasien, sebagaimana ditegaskan oleh Zhang et al. (2021) dan Tan et al. (2022).

Empati tenaga medis, yang mencerminkan kemampuan memahami kebutuhan serta kekhawatiran pasien dan memberikan respons humanis, berperan penting dalam telemedicine melalui komunikasi yang responsif selama konsultasi online. Penelitian Lee et al. (2020) menunjukkan bahwa empati tersebut secara signifikan meningkatkan persepsi kualitas layanan dan kepuasan pasien. Namun, beberapa studi lain melaporkan tantangan dalam penerapan empati di telemedicine; Wu et al. (2021) menemukan bahwa minimnya interaksi tatap muka menimbulkan keraguan pasien terhadap akurasi diagnosis dan profesionalisme dokter, diperparah oleh respons dokter yang kadang kurang penuh perhatian selama konsultasi. Selain itu, Singh et al. (2022) mengungkapkan bahwa empati dalam telemedicine lebih sulit dirasakan dibandingkan layanan langsung, terutama ketika komunikasi terbatas pada teks atau suara saja.

Penelitian mengenai kepuasan pelayanan pada telemedicine, khususnya hubungan antara kepuasan dan empati pasien, masih menjadi topik yang menarik namun menunjukkan hasil yang belum konsisten dan terdapat research gap. Rahman et al. (2022) menemukan bahwa empati tenaga medis dalam konsultasi telemedicine meningkatkan kepuasan pasien, sementara Zhang et al. (2021) menunjukkan kepercayaan pasien terhadap platform kesehatan digital sangat memengaruhi kepuasan dan keputusan penggunaan ulang layanan. Yulianti et al. (2020) juga menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien, namun Wu et al. (2021) melaporkan bahwa kurangnya interaksi langsung menimbulkan keraguan terhadap akurasi diagnosis dan profesionalisme dokter. Singh et al. (2022) menambahkan bahwa empati dalam telemedicine sulit dirasakan dibandingkan layanan tatap muka, terutama saat komunikasi terbatas pada teks atau suara, sedangkan Kurniawan et al. (2021) menunjukkan frekuensi penggunaan platform berkorelasi positif dengan kepuasan pengguna. Melihat adanya gap tersebut, penelitian ini mengusulkan variabel empati dengan objek studi platform HaloDoc, yang dipilih berdasarkan data jumlah pengguna yang mengalami fluktuasi selama periode 2021–2023, sehingga layak untuk diteliti lebih lanjut terkait kepuasan pelayanan pada pengguna HaloDoc.

KAJIAN TEORITIS

Customer Satisfaction

Grand teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Layanan (Service Theory) dan Teori Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction Theory). Teori Layanan mengacu pada konsep bahwa kualitas layanan yang diberikan, seperti kecepatan, keandalan, dan empati, sangat memengaruhi pengalaman pelanggan dalam konteks platform telemedicine seperti Halodoc. Sedangkan Teori Kepuasan Pelanggan menyatakan bahwa kepuasan tercipta ketika layanan yang diterima pelanggan sesuai atau melebihi harapan mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pengguna (Kurniawan et al., 2020). Penelitian oleh Zhang et al. (2021) juga menegaskan pentingnya kepercayaan pasien terhadap platform kesehatan digital, yang dipengaruhi oleh transparansi dan kualitas interaksi dengan penyedia layanan. Oleh karena itu, kedua teori ini memberikan kerangka untuk mengeksplorasi bagaimana Kepuasan pelayanan terhadap pengguna pada platform Halodoc.

Variabel Penelitian

Variabel empati didefinisikan sebagai kemampuan tenaga medis untuk memahami dan merasakan kebutuhan serta perasaan pasien dalam konteks telemedicine, seperti yang ditunjukkan oleh Putri & Purnama (2020) dan diperkuat oleh komunikasi efektif yang meningkatkan kepuasan pasien (Setiawati & Haryanto, 2021). Empati mencakup memahami kebutuhan spesifik pelanggan, sikap ramah, dan mengutamakan kepentingan pelanggan (Mutiara et al., 2021; Utami & Jatra, 2015; Fitriani Latief & Abdul Malik, 2023). Kepercayaan, menurut Maharani (2010) dan Caniago (2022), merupakan keyakinan terhadap reliabilitas dan integritas pihak lain, sangat penting dalam telemedicine terkait keamanan data dan profesionalisme tenaga medis (Ningsih & Ginting, 2020; Lestari & Tan, 2021; Wijayanti & Hermawan, 2021), dengan karakteristik yang meliputi komunikasi terbuka dan kenyamanan konsumen (Donni, 2017). Kepuasan pelayanan adalah persepsi pasien terhadap kualitas layanan telemedicine seperti kecepatan respons, akurasi informasi, dan kenyamanan, yang berpengaruh pada loyalitas pengguna (Mardiana & Sari, 2020; Purnomo et al., 2021; Suryani & Dewi, 2020), dengan indikator utama berupa kesesuaian harapan, minat

berkunjung kembali, dan rekomendasi (Indrasari, 2019; Sibarani, 2023). Variabel kontrol meliputi usia pengguna yang mempengaruhi adopsi teknologi dan kepuasan (Huang et al., 2020), tingkat pendidikan yang berkorelasi dengan pemahaman layanan (Kim et al., 2021), frekuensi penggunaan yang berhubungan dengan loyalitas (Kurniawan et al., 2021), serta pengalaman kesehatan sebelumnya yang membentuk ekspektasi pengguna (Wahyudi et al., 2020)

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Empati tenaga medis dalam layanan Halodoc terhadap Kepuasan Pelayanan

Penelitian oleh Rahman et al. (2022) menunjukkan bahwa empati yang ditunjukkan oleh tenaga medis dalam sesi konsultasi telemedicine dapat meningkatkan kepuasan pasien. Empati ini tercermin dalam cara dokter mendengarkan keluhan pasien dan memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Walaupun demikian, riset oleh Lee et al. (2020) dan Rahman (2022) menunjukkan hasil yang konsisten mengenai pengaruh positif empati terhadap kepuasan, terdapat juga penelitian yang menunjukkan bahwa empati tidak selalu berpengaruh signifikan pada kepuasan, yang dapat menciptakan celah dalam penelitian yang ada. Maka hipotesis pertama yaitu ***H1: Semakin meningkat Empati tenaga medis maka Semakin meningkat Kepuasan Pelayanan***

Pengaruh Kepercayaan tenaga medis dalam layanan Halodoc terhadap Kepuasan Pelayanan

Zhang et al. (2021) menyatakan bahwa kepercayaan pasien terhadap platform kesehatan digital sangat bergantung pada transparansi informasi dan kualitas layanan yang diberikan. Keamanan data pribadi, profesionalisme tenaga medis, dan komunikasi yang jelas adalah faktor utama yang membangun kepercayaan pasien terhadap platform telemedicine seperti Halodoc. Namun, beberapa penelitian lain menunjukkan bahwa kepercayaan juga dipengaruhi oleh faktor eksternal lainnya, seperti regulasi dan ulasan pengguna yang mungkin lebih mempengaruhi keputusan pasien untuk menggunakan layanan tersebut. Maka hipotesis kedua yaitu:

H2: Semakin meningkat Kepercayaan tenaga medis dalam layanan Halodoc maka semakin meningkat Kepuasan Pelayanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh Empati (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap Kepuasan Pelayanan (Y) pada pengguna aktif Halodoc yang telah melakukan konsultasi lebih dari satu kali dalam enam bulan terakhir. Data primer diperoleh melalui kuesioner daring berbasis skala Likert lima poin yang mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terkait kompetensi dokter, citra persona, dan aksesibilitas layanan, sedangkan data sekunder berasal dari jurnal, artikel, buku, dan dokumen relevan. Populasi penelitian mencakup seluruh pengguna aktif sesuai kriteria, dengan sampel 100 orang yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow (tingkat kepercayaan 95%, margin kesalahan 10%) dan teknik purposive sampling (Gupta & Singh, 2020). Definisi operasional variabel mencakup empati sebagai kemampuan tenaga medis memahami dan merespons kebutuhan emosional pasien (Mutiarra et al., 2021; Utami & Jatra, 2015), kepercayaan sebagai keyakinan pasien terhadap kemampuan dan integritas tenaga medis (Donni, 2017), serta kepuasan pelayanan sebagai evaluasi keseluruhan pengalaman pasien meliputi kemudahan akses, respons cepat, dan akurasi informasi (Indrasari, 2019). Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda berbantuan SPSS, dengan uji validitas (r hitung $>$ r tabel, α 5%), reliabilitas (Cronbach's alpha $>$ 0,7), asumsi klasik (normalitas Jarque-Bera, multikolinearitas $<$ 0,80, heteroskedastisitas uji Glejser $p \geq 0,05$), serta uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2 dan adjusted R^2) untuk menilai pengaruh parsial, simultan, dan kemampuan model menjelaskan variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Universitas Tunas Pembangunan (UTP) Surakarta merupakan perguruan tinggi swasta yang berdiri pada 17 Juli 1980 di bawah naungan Yayasan Perguruan Tinggi Tunas Pembangunan, yang didirikan oleh eks Tentara Pelajar Brigade 17 Surakarta. UTP memiliki 4 fakultas dan 10 program studi, serta mengusung visi menjadi

universitas unggul berlandaskan Pancasila yang dijiwai nilai patriotisme, kepeloporan, dan kemandirian. Universitas Dharma AUB (UNDHA AUB) Surakarta berdiri pada tahun 2019 melalui penggabungan STIE AUB, STMIK AUB, dan Akademi Teknologi AUB, dikelola oleh Yayasan Karya Dharma Pancasila, dengan 3 fakultas dan 11 program studi, serta visi menjadi perguruan tinggi sains dan teknologi berbasis kompetensi global. Adapun Universitas Surakarta (UNSA) merupakan pengembangan dari Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) yang berdiri sejak 27 November 1995 dan kini dikelola oleh Yayasan Perguruan Tinggi Surakarta (YPTS), memiliki 7 fakultas, serta berkomitmen menjadi universitas unggul berbasis kewirausahaan menuju standar internasional pada tahun 2030. Ketiga perguruan tinggi ini memiliki misi yang berfokus pada penyelenggaraan pendidikan berkualitas, penelitian, pengabdian masyarakat, serta tata kelola universitas yang unggul dan berdaya saing.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada variabel Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), Pemanfaatan Financial Technology (X3), Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Y), dan Pendapatan Orang Tua (Z) dinyatakan valid karena memiliki nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel tersebut juga reliabel, dengan nilai Cronbach's Alpha masing-masing: Literasi Keuangan sebesar 0,920, Gaya Hidup 0,899, Pemanfaatan Financial Technology 0,933, Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa 0,853, dan Pendapatan Orang Tua 0,800, yang semuanya melebihi nilai kritis 0,60. Dengan demikian, seluruh instrumen dalam penelitian ini terbukti valid dan reliabel untuk digunakan dalam pengumpulan data.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam model regresi ini mencakup uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heterokedastisitas. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05 menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal. Selanjutnya, uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance untuk Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Pemanfaatan Financial Technology masing-masing sebesar 0,377; 0,846; dan 0,366 (> 0,10), serta

nilai VIF sebesar 2,655; 1,182; dan 2,731 (< 10), yang menandakan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

Uji autokorelasi menggunakan Durbin-Watson menghasilkan nilai 1,525 yang berada dalam rentang 1,5–2,5, sehingga tidak terdapat autokorelasi dalam model. Terakhir, uji heterokedastisitas dengan metode Glejser menunjukkan nilai signifikansi semua variabel independen di atas 0,05 ($X_1 = 0,620$; $X_2 = 0,667$; $X_3 = 0,689$), menandakan bahwa varians residual bersifat konstan dan model bebas dari heterokedastisitas. Dengan demikian, model regresi yang digunakan telah memenuhi semua asumsi klasik dan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

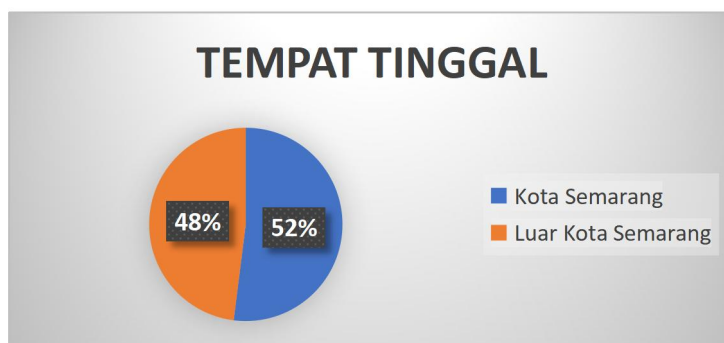
Teknik Analisis Data

Karakteristik Responden

Populasi penelitian mencakup seluruh pengguna aktif aplikasi Halodoc, dengan data dikumpulkan secara daring melalui Google Form. Tanggapan kuesioner yang diperoleh memuat informasi karakteristik responden, seperti jenis kelamin, durasi transaksi, dan lokasi tempat tinggal, yang digunakan untuk mengidentifikasi profil mereka dalam penelitian ini.

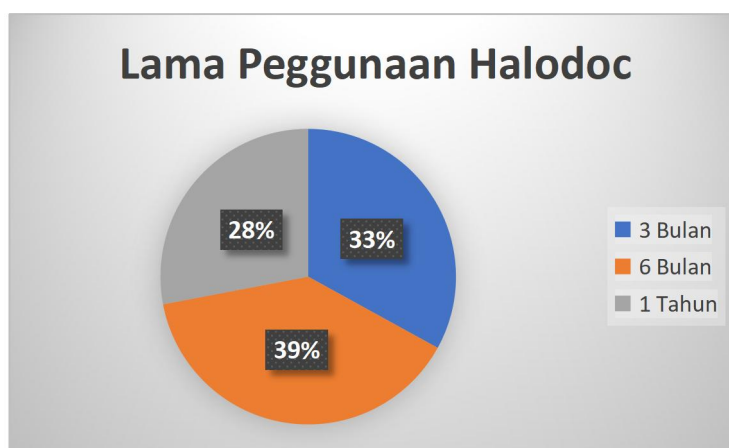
Deskripsi Responden Penelitian

Jumlah responden yang dipakai dalam penelitian ini ialah 100 orang. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan lewat kuesioner yang disebarakan kepada responden. Kuesioner tersebut memuat butir-butir soal yang berkaitan dengan variabel penelitian, serta informasi pribadi responden yang mencakup jenis kelamin, durasi bertransaksi, dan tempat tinggal. Data yang dikumpulkan dari responden dipaparkan sebagai berikut:



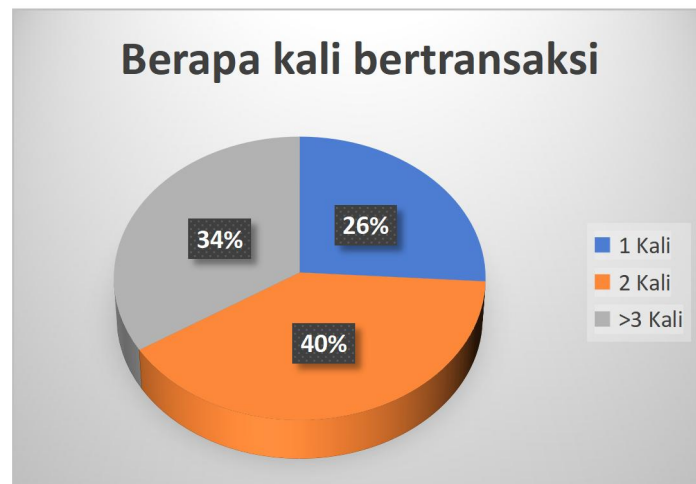
Gambar 1. Karakteristik Responden Tempat Tinggal

Gambar 1 di atas menyatakan jika Tempat Tinggal responden Pengguna Halodoc didominasi oleh Luar Kota Semarang sejumlah 52 responden atau 52% dan Kota Semarang sejumlah 48 responden atau 48%. Mayoritas responden merupakan Luar kota Semarang karena lebih banyak dalam bertransaksi dalam aplikasi Halodoc yaitu Luar Kota Semarang, walaupun mengingat bertransaksi di Halodoc bisa di selesaikan baik Luar kota Semarang maupun Kota Semarang.



Gambar 2 Karakteristik Responden Lama Penggunaan

Gambar 2 di atas menyatakan jika Berapa lama menggunakan aplikasi Halodoc didominasi oleh responden yang bertransaksi selama 6 Bulan dengan total 39 responden atau 39% dan responden yang bertransaksi selama 3 Bulan sejumlah 33 responden atau 33%, dan responden yang bertransaksi selama 1 tahun sejumlah 28 responden atau 28%. Pengguna yang telah lama menggunakan aplikasi Halodoc umumnya memiliki pemahaman yang lebih baik tentang mekanisme bertransaksi. Hal ini disebabkan oleh pengalaman mereka yang lebih banyak mengenai cara – cara efektif untuk membangun Kepercayaan dan kepuasan pelayanan dalam bertransaksi di Halodoc.



Gambar 3. Karakteristik Responden Berapa kali Bertransaksi

Gambar 3 di atas menyatakan jika berapa kali bertransaksi sebanyak 40 responden didominasi dengan 2 kali bertransaksi atau 40% dan 1 kali bertransaksi sebanyak 26 responden atau 26% dan >3 kali sebanyak 34 responden atau 34%. Berdasarkan data tersebut dapat dinyatakan bahwa Tingkat pengguna aktif aplikasi Halodoc sudah cukup baik. Karena didominasi bertransaksi selama 2 kali.

Analisis Deskriptif

Deskripsi Variabel Penelitian

Tabel 1. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Jawaban					Jml Resp.	Skor	Rata - rata	
		1	2	3	4	5			Skor	Nilai
Empati (X1)	Memahami kebutuha spesifik pelanggan	0	3	1 2	6 0	2 5	100	407	4,07	Tinggi
	Memperlakukan pelanggan dengan ramah	0	2	8	4 6	4 4	100	432	4,32	Sangat Tinggi
	Mengutamakan kepentingan	1	2	8	4 1	5 0	100	439	4,39	Sangat Tinggi

pelanggan											
		Rata - Rata Variabel Empati (X1)						4,26	Sangat Tinggi		
Kepercayaan (X2)	Menjaga hubungan konsumen	0	2	7	6 2	2 9	100	418	4,18	Tinggi	
	Menerima pengaruh konsumen	0	3	8	5 4	3 5	100	421	4,21		Sangat Tinggi
	Terbuka dalam komunikasi dan konsumen	0	0	8	3 6	5 6	100	448	4,48	Sangat Tinggi	
	Mengurangi pengawasan konsumen	0	2	8	5 0	4 0	100	428	4,28	Sangat Tinggi	
	Kesabaran Konsumen	0	2	5	4 0	5 3	100	444	4,44	Sangat Tinggi	
	Memberikan Pembelaan konsumen	1	2	1 1	4 3	4 3	100	425	4,25	Sangat Tinggi	
	Memberikan informasi yang positif konsumen	0	2	7	4 6	4 5	100	434	4,34	Sangat Tinggi	
	Menerima risiko konsumen	0	3	9	4 1	4 7	100	432	4,32	Sangat Tinggi	
	Kenyamanan konsumen	1	4	6	4 5	4 4	100	427	4,27	Sangat Tinggi	
	Kepuasan	2	4	5	4	4	100	425	4,25	Sangat	

[illegible]

Sumber: data primer yang diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 1, variabel Empati memiliki rata-rata skor tertinggi pada indikator *Mengutamakan kepentingan pelanggan* sebesar 4,39 dengan pernyataan “Dokter Halodoc memberikan rekomendasi berdasarkan kepentingan saya, bukan sekadar promosi produk/obat”, sedangkan skor terendah terdapat pada indikator *Memahami kebutuhan spesifik pelanggan* sebesar 4,07 dengan pernyataan “Halodoc memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan kesehatan saya”. Secara keseluruhan, rata-rata skor variabel Empati adalah 4,26 yang masuk kategori sangat tinggi, menunjukkan bahwa Halodoc memiliki empati tinggi terhadap pengguna yang membutuhkan layanan kesehatan. Pada variabel Kepercayaan, skor tertinggi diperoleh indikator *Terbuka dalam komunikasi dan konsumen* sebesar 4,39 dengan pernyataan “Saya merasa diperhatikan oleh pihak Halodoc meskipun setelah transaksi selesai”, sedangkan skor terendah terdapat pada indikator *Menjaga hubungan konsumen* sebesar 4,18 dengan pernyataan “Halodoc menyampaikan informasi dengan jelas dan terbuka”, yang membuktikan bahwa Halodoc dapat dipercaya dalam memberikan informasi yang

jelas. Sementara itu, variabel Pelayanan Pelanggan memiliki skor tertinggi pada indikator *Kesediaan merekomendasikan* sebesar 4,39 dengan pernyataan “Saya bersedia merekomendasikan Halodoc kepada orang lain”, dan skor terendah pada indikator *Kesesuaian harapan* sebesar 4,15 dengan pernyataan “Kualitas pelayanan Halodoc setara atau lebih baik dari ekspektasi saya”, yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan Halodoc memenuhi ekspektasi pengguna.

Analisis Data

Uji Validitas

Tabel 2. Validitas Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Instrumen	r hitung	r tabel	Keterangan
Penelitian				
Empati	X1.1	0,614	0,165	Valid
	X1.2	0,706	0,165	Valid
	X1.3	0,584	0,165	Valid
Kepercayaan	X2.1	0,519	0,165	Valid
	X2.2	0,543	0,165	Valid
	X.2.3	0,418	0,165	Valid
	X.2.4	0,465	0,165	Valid
	X.2.5	0,376	0,165	Valid
	X.2.6	0,605	0,165	Valid
	X.2.7	0,416	0,165	Valid
	X.2.8	0,633	0,165	Valid
	X.2.9	0,475	0,165	Valid
	X.2.10	0,521	0,165	Valid
Kepuasan Pelayanan	Y1.1	0,788	0,165	Valid
	Y1.2	0,710	0,165	Valid

Y1.3	0,731	0,165	Valid
------	-------	-------	-------

Sumber; data yang diolah,2025

Dari tabel 2. di atas, bisa dilihat jika variabel masing – masing yang digunakan didalam studi ini, yaitu: Kepercayaan, Citra merek dan Loyalitas apabila bisa dianggap valid yaitu berpegangan dari hasil uji validitas mmebuktikan nilai r hitung $>$ r tabel.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Reabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Empati	0.669	Reliabel
Kepercayaan	0,663	Reliabel
Kepuasan Pelayanan	0,595	Reliabel

Sumber: data yang diolah,2025

Berdasarkan hasil uji reabilitas dalam tabel 3 di atas, maka maka bisa diambil kesimpulan bahwa variabel Kepercayaan, Citra Merek dan Loyalitas yang ada di studi ini dipercaya sebab nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan distribusi data residual memenuhi asumsi regresi linear. Berdasarkan hasil Kolmogorov-Smirnov, model 1 memiliki nilai sig. 0,009 ($<$ 0,05) yang menunjukkan data tidak berdistribusi normal, sedangkan model 2 memiliki nilai sig. 0,207 ($>$ 0,05) sehingga berdistribusi normal. Meski demikian, sesuai Central Limit Theorem (Gujarati, 2015), data dengan jumlah sampel lebih dari 30 dianggap berdistribusi normal sehingga model tetap memenuhi asumsi normalitas.

Uji multikolinearitas menunjukkan seluruh variabel independen memiliki nilai VIF $<$ 10 dan Tolerance $>$ 0,10 sehingga tidak terjadi korelasi antarvariabel bebas. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode Spearman Rho juga menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai sig. $>$ 0,05, yang berarti varians residual antar pengamatan bersifat homogen. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini dinyatakan bebas dari masalah multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Uji Regresi

Variabel Independen	Variabel Dependen	Koefisien	T hitung	Sig	Keterangan
Empati		0,186	2,087	0,039	Ha diterima
Kepercayaan	Kepuasan Pelayanan	0,435	4,886	0.000	Ha diterima

Sumber: data yang diolah,2025

Dari Tabel 4 diatas, persamaan regresi linearnya yang didapat yaitu:

$$\text{Persamaan : } Y1 = 0,186X1 + 0,435X2$$

Persamaan regresi yakni Empati (X1) dan Kepercayaan (X2) bernilai positif dan nilai koefisien regresi sebesar 0,186 (X1) dan 0,435 (X2). Artinya Empati dan kepercayaan mempunyai pengaruh positif pada Kepuasan Pelayanan (Y1). Jika Kepuasan Pelayanan mempunyai empati yang besar maka bakal menimbulkan keterikatan terhadap kepercayaan pada aplikasi Halodoc.

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 5. Uji t

Pengaruh antar variabel	t hitung	t tabel	Sig.t	Keterangan
Empati konsumen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan	2,087	1,984	0,039	H1 diterima
Kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan	4,886	1,984	0,000	H2 diterima

Sumber:data yang diolah,2025.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa baik Empati maupun Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan. Variabel Empati memiliki nilai t hitung $2,087 > 1,984$ dengan signifikansi $0,039 < 0,05$, sedangkan variabel Kepercayaan menunjukkan nilai t hitung $4,886 > 1,984$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, kedua hipotesis yang menyatakan bahwa Empati dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan dapat diterima.

Uji F

Tabel 6. Uji F

Sumber Variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	76,202	2	38,101	15,152	0,000
Residual	243,908	97	2,515		
Total	320,110	99			

Sumber: data yang diolah, 2025.

Menurut Tabel 6 uji F ditunjukkan pada model regresi kedua. Pada tabel diatas nilai F sebanyak 15,152 dan nilai signifikan dengan besar 0,000. Disini nilai signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$. Hasil itu memperlihatkan jika model regresi penelitian ini cocok untuk pengujian hipotesis.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
Model Regresi			
Kepercayaan	0,488	0,238	0,222
Citra Merek			

Sumber: data yang diolah, 2025.

Dari Tabel 7. diperoleh hasil bahwa R square (R^2) persamaan regresi dengan besar 0,238 atau 23,8%. Artinya Empati dan Kepercayaan menjelaskan 23,8% varian

Kepuasan Pelayanan 76,2% disebabkan oleh kontribusi variabel lainnya yang tidak dipertimbangkan pada studi ini.

Pembahasan

Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Pelayanan

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa Empati dipengaruhi oleh Kepuasan Pelayanan. Nilai pengaruh positif menunjukkan arah hubungan yang selaras jika Empati suatu Perusahaan semakin baik maka Kepuasan Pelayanan Pengguna semakin meningkat. Salah satu indikator yang terkuat dari Empati adalah Mengutamakan kepentingan pelanggan. Hal ini bisa disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang mengungkapkan empati memiliki pengaruh baik dan signifikan pada Kepuasan Pelayanan diterima. Melihat hal ini Halodoc memiliki kesadaran bahwa pengguna memiliki peran mengutamakan kepentingan pelayanan yang baik.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelayanan

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa Kepercayaan dipengaruhi oleh Kepuasan Pelayanan. Nilai pengaruh positif menunjukkan arah hubungan yang selaras jika Kepercayaan suatu Perusahaan semakin baik maka Kepuasan Pelayanan Pengguna semakin meningkat. Salah satu indikator yang terkuat dari Empati adalah Mengutamakan kepentingan pelanggan. Hal ini bisa disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang mengungkapkan empati memiliki pengaruh baik dan signifikan pada Kepuasan Pelayanan diterima. Melihat hal ini Halodoc memiliki kesadaran bahwa pengguna memiliki peran mengutamakan kepentingan pelayanan yang baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Empati dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelayanan pada aplikasi Halodoc di Kota Semarang, disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan, sehingga peningkatan empati terutama dalam memahami kebutuhan spesifik pelanggan serta peningkatan kepercayaan terutama dalam menjaga hubungan dengan konsumen dapat memaksimalkan kepuasan pengguna. Selain itu, aspek kepuasan pelayanan dengan nilai terendah pada indikator kesesuaian harapan perlu diperbaiki melalui pemberian layanan

yang sesuai ekspektasi pengguna. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden yang hanya 100 orang dengan mayoritas lama penggunaan <1 tahun serta metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang perlu dipastikan keasliannya. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambah variabel lain yang relevan dan melengkapi pengumpulan data dengan wawancara guna memperoleh hasil yang lebih akurat dan komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Andriani, R. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan layanan kesehatan digital di Indonesia. *Jurnal Manajemen Kesehatan*, 15(2), 125-136.
- Ardian, R. (2019). Analisis uji normalitas dalam regresi linier berganda. *Jurnal Ekonomi dan Statistik*, 12(3), 45-53.
- Bahadur, W., Khan, A. N., Ali, A., & Usman, M. (2020). Investigating the effect of employee empathy on service loyalty: The mediating role of trust in and satisfaction with a service employee. *Journal of Service Research*, 23(3), 300-312.
- Bergström, A., Johansson, M., & Nilsson, H. (2021). Telemedicine services: Factors influencing consumer behavior and service adoption. *Journal of Digital Health*, 35(1), 77-91.
- Eksandy, M., & Hakim, L. (2017). Analisis autokorelasi dan uji normalitas dalam model regresi linier. *Jurnal Statistik dan Metode Analisis*, 9(4), 323-334.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Gupta, S., & Singh, R. (2020). Purposive sampling in research: Its importance in health studies. *Journal of Social Science Research*, 13(2), 68-74.
- Halodoc. (2021). Lima Tahun Berinovasi, Halodoc Terus Fokus Jawab Tantangan Kesehatan di Indonesia. Diakses dari <https://www.halodoc.com/media/lima-tahun-berinovasi-halodoc-terus-fokus-jawab-tantangan-kesehatan-di-indonesia>
- Hasan, M., Ahmed, S., & Rahman, M. (2021). Perceived service quality and customer satisfaction in the telemedicine industry: A case study. *Journal of Telemedicine and Telecare*, 27(4), 240-249.
- Hasan, M., Ahmed, S., & Rahman, M. (2021). Service quality and patient satisfaction in telemedicine. *International Journal of Health Services*, 51(2), 140-151.
- Kaur, S., & Sharma, R. (2023). Quantitative research methods in the digital health industry. *International Journal of Telemedicine*, 28(3), 100-115.
- Khan, M., Rana, A., & Ahmad, S. (2023). Perceptions of consumers toward digital health services: A quantitative approach. *Journal of Digital Health Innovation*, 4(1), 42-56.

-
- Kurniawan, S., Widodo, M., & Susanto, R. (2020). The impact of service quality on patient satisfaction in digital health services. *International Journal of Health Services*, 50(3), 267-278.
- Kurniawan, S., Widodo, M., & Sari, A. (2021). Telemedicine service quality and its effect on patient loyalty. *Journal of Medical Internet Research*, 23(4), e22201.
- Kumar, A., Yadav, P., & Bhatt, R. (2020). Communication quality and satisfaction in telemedicine services: An exploratory study. *Health Communication Research*, 45(2), 192-205.
- Kumar, R., & Rathi, S. (2022). Measuring consumer perceptions using Likert scale in healthcare surveys. *International Journal of Health Studies*, 18(2), 110-118.
- Lee, D. S., Hwang, S. J., & Park, Y. H. (2020). Perceived empathy and patient satisfaction in telemedicine consultations. *Telemedicine and e-Health*, 26(11), 1311-1317.
- Lee, D. S., Hwang, S. J., & Park, Y. H. (2020). The role of empathy in telemedicine and its influence on patient experience. *Telemedicine and e-Health*, 26(11), 1311-1317.
- Lestari, S., & Tan, W. T. (2021). The impact of professionalism in telemedicine on patient trust and satisfaction. *International Journal of Digital Health*, 19(3), 249-256.
- Mardiana, M., & Sari, D. (2020). The impact of service speed and diagnosis accuracy on telemedicine service quality. *Telemedicine Journal and e-Health*, 26(5), 310-320.
- Ningsih, S., & Ginting, A. (2020). Trust in digital health platforms and its effect on patient satisfaction. *Journal of Telemedicine and Telecare*, 26(8), 550-559.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4), 33-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pramono, T. (2014). Uji heteroskedastisitas dalam model regresi linier. *Jurnal Ekonometrika*, 7(2), 150-165.
- Purnomo, P., Santosa, E., & Pratama, A. (2021). The influence of responsiveness and reliability on telemedicine service quality. *Journal of Health Informatics Research*, 29(2), 194-206.
- Putri, D., & Purnama, R. (2020). The role of empathy in telemedicine consultations and its effect on patient satisfaction. *Journal of Digital Health*, 17(1), 101-110.
- Putra, A. W., & Arief, S. (2020). Patient satisfaction in telemedicine: The role of communication quality and trust. *Health Communication Research*, 43(3), 215-225.
- Purbasari, R., Santosa, E., & Sari, D. (2021). The effect of access, response time, and transparency on patient satisfaction in telemedicine platforms. *Journal of Digital Health*, 22(5), 345-358.

- Rahman, T., Alam, M., & Aziz, S. (2022). Empathy in telemedicine: A predictor of patient satisfaction. *Telemedicine and Health Systems*, 38(6), 417-429.
- Saleh, M., & Utomo, B. (2018). Analisis regresi linear berganda dalam penelitian sosial ekonomi. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 19(1), 23-35.
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Fitriani Latief. Abdul Malik, dan M. A. (2023). Economics and Digital Business Review Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Volume 4 Issue 2 (2023) Pages 334 - 348 *Economics and Digital Business Review* ISSN : 2774-2563 (Online), 4(2), 334–348.
- husnul maulida salsabila, 2024. (n.d.). pengaruh E- Service Quality dan Sales Promotion terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction pengguna Halodoc.
- Saputra, D. A., & Dewi, R. K. (2022). Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Platform Telemedicine Halodoc Tahun 2022. *Jurnal Rekam Medis & Manajemen Infomasi Kesehatan*, 2(2), 1–16. <https://doi.org/10.53416/jurmik.v2i2.103>
- Sibarani, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding*, 3(4), 10–17. <https://doi.org/10.59134/prosidng.v3i.288>
- Setiawati, R., & Haryanto, S. (2021). Empathy and effective communication in telemedicine services: A study on patient experience. *Journal of Telemedicine and Telehealth*, 27(2), 100-108.
- Singh, R., et al. (2022). Empathy Barriers in Telemedicine: Understanding Patient Experiences. *Telehealth Journal of Human Interaction*.
- Statista. (2023). Monthly downloads of the Halodoc app in Indonesia from 2021 to 2023. Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/1489737/indonesia-halodoc-app-monthly-downloads/>
- Suryani, A., & Dewi, P. (2020). The relationship between service quality and patient loyalty in telemedicine. *Journal of Telemedicine*, 35(2), 85-97.
- Tan, L. L., Tan, W. T., & Ong, M. (2022). Trust, transparency, and patient loyalty in telemedicine services. *International Journal of Medical Informatics*, 145, 104356.
- Tanjung, H., & Sulistyowati, L. (2020). The impact of access and response time on patient satisfaction in telemedicine. *International Journal of Medical Informatics*, 135, 104030.
- Wang, J., Chen, R., & Xu, Y. (2022). Trust and satisfaction in e-health: Examining the mediating role of perceived quality. *Journal of Telemedicine and Telecare*, 28(3), 185-193.

-
- Wahyudi, D., Santoso, P., & Irwanto, D. (2020). The effect of previous healthcare experience on digital health platform satisfaction. *Journal of Healthcare Management*, 65(5), 309-320.
- Wijayanti, D., & Hermawan, A. (2021). The influence of transparency on trust in digital health platforms. *Journal of Digital Health*, 20(4), 280-288.
- Wu, L., et al. (2021). Challenges in Building Trust in Telemedicine Services: A Patient Perspective. *Journal of Digital Health Challenges*.
- Yulianti et al. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien pada Layanan Telemedicine.
- Zhang, X., Liu, Y., & Wang, Z. (2021). Building trust in digital health platforms: The role of transparency and professionalism. *Journal of Medical Internet Research*, 23(3)