

Determinasi Kesesuaian Citra Diri pada Niat Penggunaan *Mobile Health*: Pendekatan *Extended TAM*

The Determinant of Self-Image Congruence on Mobile Health Usage Intention: An Extended TAM Approach

Hana Tazkiyatun Nufus¹, Sarah Astiti², Nenen Isnaeni³

^{1,2,3}Universitas Telkom, Kampus Purwokerto; Jl. DI Panjaitan No.128, Purwokerto, Jawa Tengah

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Universitas Telkom, Kampus Purwokerto

³Program Studi Teknik Informatika, Universitas Telkom, Kampus Purwokerto

e-mail: *¹hanatazkiya@student.telkomuniversity.ac.id, ²sarahas@telkomuniversity.ac.id,

³nenisna@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Perkembangan aplikasi kesehatan seluler (*mobile health*) telah mengubah akses masyarakat terhadap layanan kesehatan. Namun, ketersediaan teknologi tidak serta-merta menjamin adopsi oleh pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan Halodoc di Kabupaten Banyumas dengan memperluas *Technology Acceptance Model* (TAM) melalui penambahan variabel *Self-Image Congruence* dan *Health Consciousness*. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi faktor fungsional, simbolik, dan psikologis dalam konteks telemedisin pada tingkat kabupaten. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner terstruktur kepada 428 responden. Setelah proses penyaringan data, sebanyak 401 respons yang valid dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 15 dari 17 hipotesis yang diajukan didukung secara empiris. *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Self-Image Congruence*, dan *Attitude Toward Using* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use*. Selain itu, *Perceived Usefulness* dan *Attitude Toward Using* juga berperan sebagai mediator yang signifikan. *Health Consciousness* terbukti memoderasi pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Self-Image Congruence* terhadap *Intention to Use*, meskipun kedua efek moderasi tersebut bersifat negatif, sementara variabel ini tidak memoderasi pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Attitude Toward Using*. Temuan ini menunjukkan bahwa adopsi Halodoc tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor fungsional, tetapi juga oleh pertimbangan simbolik dan psikologis pengguna.

Kata kunci: *Extended TAM, Halodoc, Kesadaran kesehatan, Kesesuaian citra diri, SmartPLS.*

Abstract

The development of mobile health applications has transformed access to healthcare services; however, availability of technology does not necessarily ensure user adoption. This study examines factors influencing the intention to use Halodoc in Banyumas Regency by extending the *Technology Acceptance Model* (TAM) with *Self-Image Congruence* and *Health Consciousness*. The novelty lies in integrating functional, symbolic, and psychological factors in a telemedicine context at the regency level. A quantitative approach was applied using structured questionnaires distributed to 428 respondents. After data screening, 401 valid responses were analyzed using PLS-SEM with SmartPLS. The results show that 15 of 17 hypotheses were supported. *Perceived*

Ease of Use, Perceived Usefulness, Self-Image Congruence, and Attitude Toward Using significantly influence Intention to Use. Perceived Usefulness and Attitude Toward Using also act as significant mediators. Health Consciousness significantly moderates the effects of Perceived Ease of Use and Self-Image Congruence on Intention to Use, although both effects are negative, while it does not moderate the effects of Perceived Usefulness and Attitude Toward Using. These findings indicate that adoption of Halodoc is shaped not only by functional factors but also by symbolic and psychological considerations.

Keywords: *Extended TAM, Halodoc, Health Consciousness, Self-Image Congruence, SmartPLS.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi seluler telah memperluas cara masyarakat mengakses layanan kesehatan. *Mobile health (mHealth)* memungkinkan pengguna melakukan konsultasi dokter, membeli obat, memperoleh informasi kesehatan, dan memantau kondisi kesehatan tanpa selalu bergantung pada kunjungan langsung ke fasilitas kesehatan [1]. Perubahan ini semakin relevan karena digital health menjadi bagian penting dari sistem pelayanan kesehatan modern. Laporan pasar *digital health* global juga menunjukkan adanya pertumbuhan besar pada sektor layanan kesehatan digital [2].

Di Indonesia, penggunaan layanan kesehatan digital semakin terlihat melalui hadirnya berbagai aplikasi *telemedicine*. Halodoc menjadi salah satu aplikasi yang banyak digunakan karena menyediakan layanan konsultasi dokter, pembelian obat, serta akses layanan kesehatan lain secara daring [3].

Data pendukung mengenai posisi Halodoc dibandingkan aplikasi kesehatan online lain disajikan pada Tabel 1. Berdasarkan data aplikasi kesehatan *online* favorit masyarakat Indonesia tahun 2025 yang terlihat pada Tabel 1, Halodoc memperoleh persentase tertinggi sebesar 41,76% [4]. Angka tersebut memperlihatkan bahwa Halodoc memiliki posisi kuat sebagai layanan *mHealth* di Indonesia.

Tabel 1. Aplikasi kesehatan online favorit masyarakat Indonesia tahun 2025 [4]

Nama <i>mHealth</i>	Nilai (%)
Halodoc	41,76
Alodokter	22,72
Layanan pemerintah	13,60
SehatQ	4,96
KlikDokter	3,52
Getwell	2,72
GoodDoctor	2,40
YesDok	1,76
Lainnya	6,56

Meskipun demikian, ketersediaan teknologi tidak selalu berbanding lurus dengan penerimaan pengguna. Sebagian masyarakat masih lebih memilih layanan tatap muka karena dinilai lebih personal, lebih meyakinkan, dan dianggap mampu memberikan diagnosis yang lebih jelas. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi aplikasi kesehatan digital tidak cukup dijelaskan hanya melalui keberadaan fitur atau manfaat umum aplikasi. Perlu ada pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor yang membentuk sikap dan niat pengguna.

Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kegunaan atau *Perceived Usefulness* dan persepsi kemudahan penggunaan atau *Perceived Ease of Use* [5]. Model ini banyak digunakan dalam penelitian adopsi teknologi karena mampu menjelaskan hubungan antara persepsi pengguna, sikap, dan niat

penggunaan. Namun, dalam konteks *mHealth*, TAM perlu diperluas karena keputusan menggunakan aplikasi kesehatan juga dipengaruhi oleh aspek psikologis dan simbolis pengguna.

Salah satu aspek simbolis yang relevan adalah *Self-Image Congruence*, yaitu kesesuaian antara citra diri pengguna dengan citra suatu produk, layanan, atau teknologi [6]. Pengguna dapat lebih menerima aplikasi ketika aplikasi tersebut dianggap sejalan dengan citra dirinya, misalnya sebagai individu yang modern, praktis, dan peduli kesehatan. Selain itu, *Health Consciousness* juga penting karena pengguna yang memiliki kesadaran kesehatan tinggi cenderung lebih aktif memperhatikan informasi dan layanan yang berkaitan dengan kesehatan [7].

Penelitian ini mengembangkan TAM dengan memasukkan *Self-Image Congruence* dan *Health Consciousness* untuk menjelaskan niat penggunaan Halodoc pada masyarakat Banyumas. Banyumas dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki karakteristik masyarakat yang beragam dan menjadi konteks yang relevan untuk melihat bagaimana layanan kesehatan digital diterima pada tingkat daerah. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis faktor fungsional, simbolis, dan psikologis yang memengaruhi niat penggunaan Halodoc.

1.1. Kebaruan penelitian

Penelitian terdahulu mengenai adopsi aplikasi kesehatan umumnya masih menempatkan TAM sebagai kerangka utama dengan penekanan pada kemudahan dan manfaat penggunaan [8]. Pendekatan tersebut penting, tetapi belum sepenuhnya menangkap alasan pengguna menerima aplikasi kesehatan digital sebagai bagian dari gaya hidup dan identitas personal. Dalam layanan kesehatan, keputusan pengguna tidak hanya bersifat rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi risiko, kenyamanan psikologis, dan kesesuaian layanan dengan nilai diri pengguna.

Penelitian lain mengenai *mobile health* juga menunjukkan bahwa faktor kualitas sistem, pengalaman penggunaan, dan karakteristik demografis dapat memengaruhi penerimaan aplikasi [9], [10]. Namun, faktor tersebut lebih banyak menjelaskan sisi teknis dan situasional penggunaan. Sementara itu, hubungan antara citra diri pengguna dengan aplikasi kesehatan masih memerlukan pengujian lebih lanjut, terutama dalam konteks aplikasi *telemedicine* spesifik seperti Halodoc.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi *Self-Image Congruence* dan *Health Consciousness* ke dalam *Extended TAM* pada konteks pengguna Halodoc di Kabupaten Banyumas. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menguji apakah Halodoc mudah dan bermanfaat, tetapi juga menilai apakah aplikasi tersebut selaras dengan citra diri pengguna serta bagaimana kesadaran kesehatan mengubah kekuatan hubungan antarvariabel dalam model.

Kontribusi praktis penelitian ini adalah memberikan dasar rekomendasi bagi pengembang aplikasi kesehatan digital. Jika pengguna dengan kesadaran kesehatan tinggi lebih mengutamakan manfaat fungsional, maka strategi layanan perlu menekankan kualitas informasi, kredibilitas dokter, keamanan data, dan keandalan sistem. Sebaliknya, bagi pengguna yang lebih dipengaruhi aspek simbolis, strategi komunikasi dapat menonjolkan Halodoc sebagai bagian dari gaya hidup sehat, modern, dan efisien.

1.2. Posisi variabel dalam model

Perceived Ease of Use (PEOU) ditempatkan sebagai konstruk awal dalam model penelitian karena pengguna umumnya mengevaluasi tingkat kemudahan penggunaan suatu aplikasi sebelum menilai manfaat yang diperoleh dari penggunaannya. Apabila suatu aplikasi dianggap sulit dipahami atau dioperasikan, manfaat yang sebenarnya tersedia berpotensi tidak dirasakan secara optimal oleh pengguna. Dalam konteks Halodoc, kemudahan penggunaan dapat tercermin dari proses pencarian dokter, pemilihan layanan kesehatan, akses informasi, pelaksanaan pembayaran, hingga pembelian obat. *Perceived Ease of Use* didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah dan tanpa memerlukan usaha yang besar [8].

Perceived Usefulness menjadi konstruk penting karena layanan kesehatan digital harus memberikan nilai yang jelas bagi pengguna. Manfaat Halodoc dapat berupa penghematan waktu,

akses konsultasi yang lebih cepat, kemudahan memperoleh obat, dan ketersediaan informasi kesehatan yang dapat membantu pengambilan keputusan pengguna. Karena berkaitan dengan layanan kesehatan, manfaat yang dirasakan juga perlu didukung oleh kredibilitas dan keandalan layanan. *Perceived Usefulness* berperan dalam memengaruhi evaluasi pengguna terhadap suatu teknologi, membentuk sikap yang lebih positif, memperkuat persepsi nilai, serta mendorong keterlibatan dan penggunaan yang berkelanjutan [11].

Self-Image Congruence digunakan untuk menangkap dimensi simbolis dalam penggunaan Halodoc, karena pengguna dapat memandang aplikasi ini tidak hanya sebagai sarana untuk berkonsultasi kesehatan, tetapi juga sebagai representasi gaya hidup yang praktis, modern, dan peduli terhadap kesehatan. Kesesuaian citra diri menjadi aspek penting dalam pemilihan layanan digital, mengingat pengguna cenderung memilih layanan yang sejalan dengan cara mereka memandang identitas dan gaya hidupnya. Ketika pengguna merasa bahwa Halodoc mencerminkan karakteristik dirinya, seperti sebagai individu yang sadar kesehatan, modern, dan efisien, maka persepsi terhadap manfaat, kenyamanan, serta kepercayaan terhadap aplikasi tersebut cenderung meningkat [12].

Health Consciousness ditempatkan sebagai variabel moderasi karena tingkat kesadaran dan perhatian individu terhadap kesehatan dapat memengaruhi cara pengguna mengevaluasi suatu aplikasi kesehatan digital. Pengguna dengan tingkat kesadaran kesehatan yang tinggi cenderung tidak mudah dipengaruhi hanya oleh citra modern atau simbolis suatu aplikasi, melainkan lebih mempertimbangkan bukti manfaat yang nyata, kejelasan informasi, serta kualitas dan keandalan layanan yang ditawarkan. *Health Consciousness* dipandang dapat memperkuat hubungan antara faktor-faktor penerimaan teknologi dengan niat penggunaan, karena individu yang memiliki kesadaran kesehatan tinggi cenderung memandang teknologi kesehatan sebagai bagian dari identitas diri sekaligus sebagai sarana untuk mendukung upaya menjaga dan meningkatkan kesehatan mereka [13].

Attitude Toward Using berperan sebagai jembatan psikologis yang menghubungkan persepsi pengguna terhadap suatu teknologi dengan niat untuk menggunakannya. Sikap ini tidak hanya mencerminkan respons afektif atau emosional pengguna, tetapi juga merepresentasikan penilaian rasional terhadap manfaat, kegunaan, dan relevansi teknologi dalam kehidupan sehari-hari [14]. Ketika pengguna memandang suatu aplikasi sebagai sesuatu yang mudah digunakan, memberikan manfaat yang nyata, serta sesuai dengan identitas diri atau gaya hidupnya, sikap positif terhadap aplikasi tersebut cenderung terbentuk. Sikap positif ini selanjutnya menjadi landasan yang mendorong individu untuk menggunakan, terus memanfaatkan, maupun merekomendasikan aplikasi kepada orang lain. Selain itu, individu yang memiliki pandangan positif terhadap suatu teknologi umumnya menunjukkan keinginan yang lebih kuat untuk mengadopsi dan memanfaatkannya secara berkelanjutan.

Intention to Use (INT) mengacu pada tingkat kecenderungan atau kesediaan individu untuk menggunakan suatu teknologi pada masa mendatang. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) maupun *Technology Acceptance Model* (TAM), niat penggunaan dipandang sebagai determinan utama yang mampu memprediksi perilaku penggunaan teknologi secara aktual [15]. Niat penggunaan penting dikaji karena aplikasi kesehatan digital membutuhkan keberlanjutan penggunaan, bukan sekadar penggunaan pertama. Oleh sebab itu, model penelitian ini diarahkan untuk menjelaskan faktor yang mendorong niat penggunaan secara lebih menyeluruh

Gambar 1. berikut menyajikan Kerangka Teori yang digunakan dalam penelitian ini. Kerangka teori ini menyajikan model penelitian yang dikembangkan, berakar pada perluasan TAM. Model ini *memetakan* hubungan kausal yang dihipotesiskan antarvariabel untuk menganalisis faktor-faktor adopsi aplikasi kesehatan digital.

2.1 Desain penelitian

Subjek penelitian adalah masyarakat Kabupaten Banyumas yang merupakan pengguna aktif atau pernah menggunakan aplikasi Halodoc. Objek penelitian adalah hubungan antarvariabel yang memengaruhi niat penggunaan Halodoc, khususnya hubungan faktor fungsional, faktor simbolis, sikap pengguna, dan kesadaran kesehatan.

Populasi penelitian mengacu pada masyarakat Kabupaten Banyumas. Karena jumlah pasti pengguna Halodoc di Banyumas tidak tersedia secara terbuka, penentuan jumlah sampel minimum menggunakan pendekatan jumlah penduduk Banyumas tahun 2025. Jumlah sampel minimum dihitung menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* 5%.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$e^2 = \text{Margin of Error}$$

111 Jurnal Ilmiah SISFOTENIKA

$$n = \frac{1.868.446}{1 + 1.868.446 \times (0,05)^2}$$

$$n = \frac{1.868.446}{1 + 4.671,115}$$

$$n = \frac{1.868.446}{4.672,115}$$

$$n = 399,914 \approx 400$$

Berdasarkan kalkulasi ukuran sampel menggunakan formula Slovin dan mempertimbangkan tingkat signifikansi (*margin of error*) sebesar 5%, penelitian ini menetapkan bahwa jumlah sampel minimum yang diperlukan untuk penelitian adalah sebanyak 400 responden.

2.3 Variabel dan instrumen penelitian

Instrumen penelitian diadaptasi dari penelitian terdahulu mengenai adopsi *mobile health applications* yang mengembangkan TAM dengan *Self-Image Congruence* dan *Health Consciousness* [11]. Kuesioner terdiri atas 26 item yang mewakili enam konstruk, yaitu *Self-Image Congruence*, *Health Consciousness*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude Toward Using*, dan *Intention to Use*.

Self-Image Congruence digunakan untuk mengukur sejauh mana Halodoc sesuai dengan citra diri pengguna. *Health Consciousness* mengukur perhatian pengguna terhadap kesehatan dirinya. *Perceived Usefulness* mengukur manfaat yang dirasakan dari penggunaan Halodoc, sedangkan *Perceived Ease of Use* mengukur kemudahan aplikasi untuk dipelajari dan digunakan. *Attitude Toward Using* mengukur sikap pengguna terhadap Halodoc, sementara *Intention to Use* mengukur niat pengguna untuk menggunakan Halodoc di masa mendatang.

Detail mengenai konstruksi pernyataan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disajikan secara komprehensif pada Tabel 2.

Tabel 2. Instrumen Penelitian

No.	Constructs	Code	Items	References
1	<i>Self-Image Congruence</i> (SIC)	SIC1	Saya merasa menjadi bagian dari pengguna Halodoc.	[8]
		SIC2	Menggunakan Halodoc akan membantu saya mempertahankan citra diri saya.	[8]
		SIC3	Saya merasa Halodoc sesuai dengan bagaimana saya ingin melihat diri saya sendiri.	[8]
		SIC4	Menjadi pengguna Halodoc mencerminkan tipe pribadi saya.	[8]
2	<i>Health Consciousness</i> (HC)	HC1	Saya sangat menyadari kondisi kesehatan saya.	[8]
		HC2	Saya secara umum memperhatikan perasaan dan kondisi internal tubuh saya terkait kesehatan.	[8]
		HC3	Saya sering memikirkan kondisi kesehatan saya.	[8]
		HC4	Saya tidak selalu merasa takut atau khawatir terhadap kondisi kesehatan saya.	[8]
		HC5	Ketika saya sakit, saya menyadari perubahan pada kondisi tubuh saya.	[8]
3	<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	PU1	Menggunakan Halodoc akan berguna dalam mengelola kesehatan saya sehari-hari.	[8]
		PU2	Saya dapat mengelola kesehatan saya dengan lebih baik menggunakan Halodoc.	[8]
		PU3	Menggunakan Halodoc akan memberikan manfaat bagi saya.	[8]
		PU4	Saya merasa Halodoc efektif dalam membantu perencanaan aktivitas kesehatan saya.	[8]
4	<i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU)	PEOU1	Mempelajari cara menggunakan Halodoc akan mudah bagi saya.	[8]
		PEOU2	Saya dapat dengan mudah menjadi terampil dalam menggunakan Halodoc.	[8]
		PEOU3	Mengingat kembali cara menggunakan Halodoc akan mudah bagi saya.	[8]
		PEOU4	Saya dapat mengikuti petunjuk penggunaan dan membuat Halodoc melakukan apa yang saya inginkan.	[8]
5	<i>Attitude</i> (ATT)	ATT1	Menurut saya, menggunakan Halodoc untuk kebutuhan kesehatan adalah ide yang bagus.	[8]
		ATT2	Menggunakan Halodoc adalah hal yang menyenangkan.	[8]
		ATT3	Menggunakan Halodoc adalah hal yang menarik untuk digunakan	[8]
		ATT4	Menggunakan Halodoc adalah hal yang bermanfaat bagi saya.	[8]

Perancangan Sistem Manajemen Surat Tirtanadi Padang Bulan Dengan Metode RAD

No.	Constructs	Code	Items	References
6	Intention to Use (INT)	ATT5	Menggunakan Halodoc adalah aktivitas yang bernilai (<i>worthwhile</i>) bagi kesehatan Saya.	[8]
		INT1	Saya berniat menggunakan Halodoc di masa mendatang.	[8]
		INT2	Menggunakan Halodoc untuk mengelola kesehatan adalah sesuatu yang ingin saya lakukan.	[8]
		INT3	Saya akan merekomendasikan Halodoc kepada orang lain.	[8]
		INT4	Saya berniat untuk berlangganan atau terus menggunakan Halodoc dalam waktu dekat.	[8]

2.4 Teknik analisis data

Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM) melalui SmartPLS. Tahap analisis diawali dengan evaluasi model pengukuran atau *outer model* untuk memastikan validitas dan reliabilitas indikator. Uji validitas konvergen dilihat melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE), sedangkan reliabilitas konstruk dilihat melalui *Cronbach's Alpha* (CA) dan *Composite Reliability* (CR).

Setelah model pengukuran memenuhi kriteria, analisis dilanjutkan pada evaluasi model struktural atau *inner model*. Evaluasi dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk memastikan tidak terjadi multikolinearitas, nilai *R-square* untuk mengetahui kemampuan prediksi model, serta hasil *bootstrapping* untuk menguji signifikansi hubungan langsung, tidak langsung, dan moderasi. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai *t-statistic* > 1,96 dan *p-value* < 0,05.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik responden

Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring menggunakan Google Form kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu masyarakat kabupaten Banyumas yang menggunakan Halodoc. Dari hasil penyebaran tersebut, diperoleh total 428 tanggapan responden yang kemudian disaring dan dikelompokkan berdasarkan kelayakan serta kriteria penelitian.

Data akhir yang dianalisis berjumlah 401 responden. Mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 261 orang atau 65,1%, sedangkan laki-laki berjumlah 140 orang atau 34,9%. Berdasarkan usia, responden didominasi oleh kelompok 21-25 tahun sebanyak 292 responden atau 72,8%. Komposisi ini menunjukkan bahwa sampel penelitian banyak berasal dari kelompok dewasa muda yang relatif akrab dengan aplikasi digital.

Berdasarkan pendidikan terakhir, responden terbanyak berasal dari lulusan Sarjana (S1) sebanyak 196 responden atau 48,9%, diikuti SMA/SMK/ sederajat sebanyak 177 responden atau 44,1%. Berdasarkan profesi, responden paling banyak adalah mahasiswa sebanyak 145 responden atau 36,2%, kemudian karyawan swasta sebanyak 116 responden atau 28,9%. Ringkasan karakteristik responden disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori dominan	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Perempuan	261	65,1%
Usia	21-25 tahun	292	72,8%
Domisili	Banyumas	97	24,2%
Pendidikan terakhir	Sarjana (S1)	196	48,9%
Profesi/Pekerjaan	Mahasiswa	145	36,2%
Status data valid	Pengguna Halodoc	401	93,7% dari 428 tanggapan

Sebaran domisili responden menunjukkan bahwa responden tidak berasal dari satu wilayah saja. Responden terbanyak berasal dari Banyumas sebanyak 97 orang, Purwokerto Barat 52 orang, Purwokerto Selatan 37 orang, Jatilawang 25 orang, dan Baturraden 24 orang. Meskipun demikian, sebaran responden belum sepenuhnya merata karena beberapa kecamatan hanya

memiliki jumlah responden yang kecil. Kondisi ini menjadi batasan dalam membaca generalisasi hasil penelitian.

Dominasi responden dari kelompok mahasiswa dan karyawan swasta memperlihatkan bahwa penelitian ini banyak merepresentasikan pengguna dengan aktivitas cukup dinamis. Kelompok pengguna seperti ini cenderung membutuhkan layanan yang fleksibel, cepat, dan mudah diakses. Dengan demikian, karakteristik responden mendukung relevansi penelitian mengenai penggunaan Halodoc sebagai layanan kesehatan digital.

3.2 Evaluasi model pengukuran

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk memastikan bahwa indikator mampu merepresentasikan setiap konstruk. Hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 4, menunjukkan seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,7. Nilai *outer loading Attitude Toward Using* berada pada rentang 0,708-0,807, *Health Consciousness* 0,796-0,886, *Intention to Use* 0,743-0,851, *Perceived Ease of Use* 0,841-0,864, *Perceived Usefulness* 0,789-0,857, dan *Self-Image Congruence* 0,760-0,866.

Reliabilitas konstruk juga telah memenuhi kriteria. Seluruh nilai *Cronbach's Alpha* berada di atas 0,7, yaitu antara 0,829 sampai 0,901. Nilai *Composite Reliability* juga berada di atas 0,7, yaitu antara 0,884 sampai 0,926. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada semua konstruk berada di atas 0,5, sehingga setiap konstruk dinyatakan valid secara konvergen.

Tabel 4. Evaluasi model pengukuran

Variabel	<i>Outer loading</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>AVE</i>	Keterangan
<i>Attitude Toward Using</i>	0,708-0,807	0,837	0,884	0,605	Valid dan reliabel
<i>Health Consciousness</i>	0,796-0,886	0,901	0,926	0,716	Valid dan reliabel
<i>Intention to Use</i>	0,743-0,851	0,829	0,886	0,662	Valid dan reliabel
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,841-0,864	0,878	0,916	0,731	Valid dan reliabel
<i>Perceived Usefulness</i>	0,789-0,857	0,845	0,896	0,682	Valid dan reliabel
<i>Self-Image Congruence</i>	0,760-0,866	0,842	0,894	0,679	Valid dan reliabel

Validitas diskriminan diuji menggunakan *Heterotrait-Monotrait Ratio* dan *Fornell-Larcker Criterion*. Seluruh nilai HTMT berada di bawah 0,90 dengan nilai tertinggi sebesar 0,873 pada hubungan *Intention to Use* dan *Perceived Usefulness*. Hasil *Fornell-Larcker* juga menunjukkan bahwa akar AVE setiap konstruk lebih besar dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain. Dengan demikian, konstruk dalam model telah memiliki perbedaan yang jelas dan layak digunakan dalam pengujian struktural.

Berdasarkan hasil evaluasi *outer model*, seluruh indikator pada konstruk *Self-Image Congruence*, *Health Consciousness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Attitude Toward Using*, dan *Intention to Use* telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas dalam pendekatan PLS-SEM. Seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* di atas 0,50, serta nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,70. Selain itu, pengujian validitas diskriminan menggunakan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) dan *Fornell-Larcker Criterion* juga menunjukkan bahwa masing-masing konstruk memiliki kemampuan diskriminasi yang baik. Dengan demikian, seluruh konstruk dinyatakan layak untuk digunakan dalam pengujian model struktural.

3.3 Evaluasi model struktural

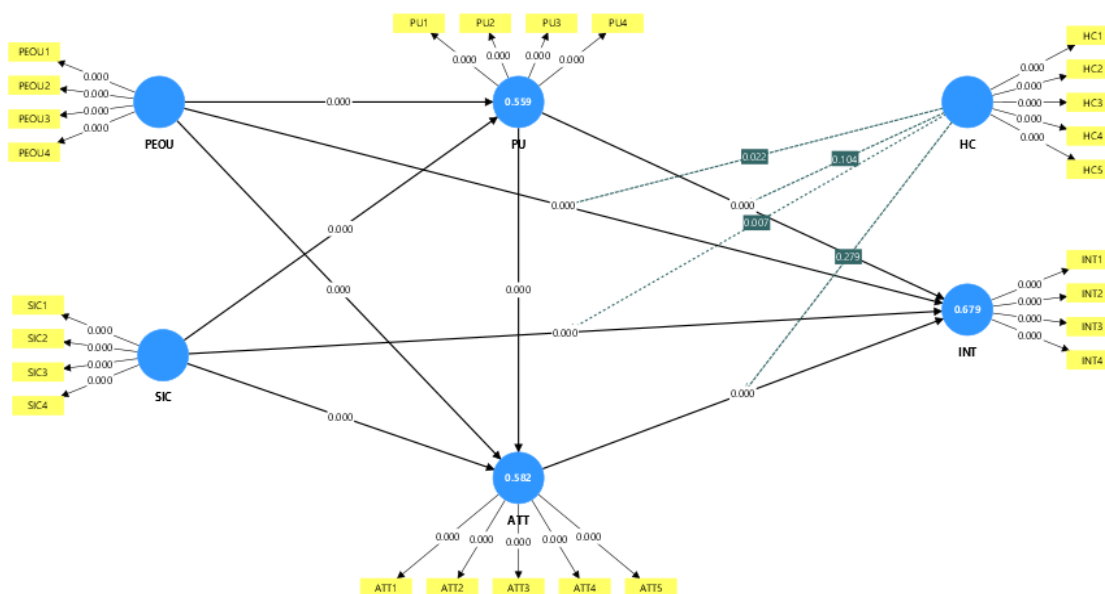
Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji multikolinearitas menggunakan nilai VIF. Seluruh hubungan antarvariabel memiliki nilai VIF di bawah 5, sehingga tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model. Seperti yang terlihat pada Tabel 5, nilai VIF tertinggi terdapat pada hubungan moderasi *Health Consciousness* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* sebesar 3,535, sedangkan nilai terendah sebesar 1,105.

Nilai *R-square* (lihat Tabel 5) menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik. Variabel *Attitude Toward Using* memiliki *R-square* sebesar 0,582 dan termasuk kategori *moderate*. Variabel *Intention to Use* memiliki *R-square* sebesar 0,679 dan termasuk kategori kuat. Variabel *Perceived Usefulness* memiliki *R-square* sebesar 0,559 dan termasuk kategori *moderate*. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel dalam model mampu menjelaskan niat penggunaan Halodoc secara memadai.

Tabel 5. Uji *R-Square*

Variabel Endogen	R-square	Adjusted R-square	Keterangan
<i>Attitude Toward Using</i>	0,582	0,578	<i>Moderate</i>
<i>Intention to Use</i>	0,679	0,671	Kuat
<i>Perceived Usefulness</i>	0,559	0,557	<i>Moderate</i>

Untuk memperjelas hubungan antarvariabel dalam model penelitian, Gambar 2 menyajikan hasil estimasi model struktural berdasarkan analisis *bootstrapping* menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Diagram jalur tersebut menampilkan nilai *path coefficient*, nilai *R-square* pada konstruk endogen, serta nilai signifikansi (*p-value*) untuk setiap hubungan antarvariabel. Hasil visualisasi menunjukkan bahwa *Self-Image Congruence* memiliki pengaruh terbesar terhadap *Perceived Usefulness* ($\beta = 0,471$; $p < 0,001$), sedangkan *Health Consciousness* memoderasi hubungan *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* ($\beta = -0,085$; $p = 0,022$) dan hubungan *Self-Image Congruence* terhadap *Intention to Use* ($\beta = -0,105$; $p = 0,007$). Visualisasi ini memperjelas kontribusi faktor fungsional, simbolik, dan psikologis dalam menjelaskan niat penggunaan Halodoc.



Gambar 2. Hasil Estimasi Model Struktural Berdasarkan Analisis *Bootstrapping* Menggunakan

SmartPLS

3.4 Pengujian hipotesis pengaruh langsung dan moderasi

Hasil *bootstrapping* pada Tabel 6, menunjukkan bahwa sebagian besar pengaruh langsung antarvariabel signifikan. *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Usefulness*, *Intention to Use*, dan *Attitude Toward Using*. *Self-Image Congruence* juga berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Using*, *Perceived Usefulness*, dan *Intention to Use*. Selain itu, *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use* dan

Attitude Toward Using, sedangkan *Attitude Toward Using* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use*.

Pada pengujian moderasi, *Health Consciousness* terbukti memoderasi hubungan *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* dan hubungan *Self-Image Congruence* terhadap *Intention to Use*. Namun, arah koefisien moderasinya bernilai negatif. Sementara itu, *Health Consciousness* tidak memoderasi hubungan *Attitude Toward Using* terhadap *Intention to Use* maupun hubungan *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*.

Tabel 6. Hasil pengujian pengaruh langsung dan moderasi

Hipotesis	Jalur	Koefisien	T-statistic	P-value	Hasil
H1	PEOU → PU	0,454	13,308	0,000	Diterima
H2	PEOU → INT	0,193	4,795	0,000	Diterima
H3	PEOU → ATT	0,337	7,899	0,000	Diterima
H4	SIC → ATT	0,343	8,337	0,000	Diterima
H5	SIC → PU	0,471	14,709	0,000	Diterima
H6	SIC → INT	0,226	5,724	0,000	Diterima
H9	PU → INT	0,255	4,878	0,000	Diterima
H10	PU → ATT	0,258	5,054	0,000	Diterima
H12	ATT → INT	0,173	3,500	0,000	Diterima
H13a-1	HC x PEOU → INT	-0,085	2,295	0,022	Diterima
H13a-2	HC x SIC → INT	-0,105	2,694	0,007	Diterima
H13b	HC x ATT → INT	0,056	1,083	0,279	Ditolak
H13c	HC x PU → INT	0,088	1,626	0,104	Ditolak

3.5 Pengujian pengaruh tidak langsung

Pengujian pengaruh tidak langsung dilakukan untuk melihat peran variabel mediasi. Hasil pengujian pengaruh tidak langsung (lihat Tabel 7), menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* memediasi hubungan *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use*. Selain itu, *Perceived Usefulness* juga memediasi hubungan *Self-Image Congruence* terhadap *Attitude Toward Using*. *Attitude Toward Using* terbukti memediasi hubungan *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* dan hubungan *Self-Image Congruence* terhadap *Intention to Use*.

Tabel 7. Hasil pengujian pengaruh tidak langsung

Hipotesis	Jalur mediasi	Koefisien	T-statistic	P-value	Keputusan
H7	PEOU → PU → INT	0,116	4,488	0,000	Diterima
H8	SIC → PU → ATT	0,121	4,692	0,000	Diterima
H11a	PEOU → ATT → INT	0,058	3,054	0,002	Diterima
H11b	SIC → ATT → INT	0,059	3,268	0,001	Diterima

3.6 Pembahasan

Temuan pertama menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam adopsi Halodoc. Aplikasi yang mudah dipelajari dan mudah dioperasikan membuat pengguna lebih cepat memahami fungsi layanan, seperti konsultasi dokter, pembelian obat, dan pencarian informasi kesehatan. Oleh karena itu, *Perceived Ease of Use* tidak hanya meningkatkan persepsi manfaat, tetapi juga membentuk sikap positif dan niat penggunaan.

Temuan kedua menunjukkan bahwa *Self-Image Congruence* memiliki peran kuat dalam membentuk penilaian pengguna terhadap Halodoc. Koefisien *Self-Image Congruence* terhadap *Perceived Usefulness* sebesar 0,471 menjadi salah satu pengaruh terbesar dalam model. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna yang merasa Halodoc sesuai dengan citra dirinya sebagai individu modern, praktis, dan peduli kesehatan akan lebih mudah menilai aplikasi tersebut bermanfaat dan memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk menggunakannya.

Temuan ketiga menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* tetap menjadi faktor utama dalam TAM. Ketika pengguna merasa Halodoc bermanfaat untuk mengelola kebutuhan kesehatan, pengguna akan memiliki sikap yang lebih positif dan niat yang lebih tinggi untuk menggunakan aplikasi. Manfaat yang dirasakan perlu dipahami bukan hanya sebagai fungsi teknis, tetapi juga sebagai nilai praktis yang membantu pengguna memperoleh layanan kesehatan secara cepat dan fleksibel.

Temuan keempat berkaitan dengan peran *Attitude Toward Using*. Sikap pengguna terbukti berpengaruh terhadap niat penggunaan dan juga berperan sebagai mediator. Artinya, pengalaman yang mudah, manfaat yang jelas, dan kesesuaian aplikasi dengan citra diri pengguna dapat membentuk sikap positif. Sikap positif tersebut kemudian mendorong pengguna untuk terus menggunakan Halodoc ketika membutuhkan layanan kesehatan.

Temuan kelima menunjukkan bahwa *Health Consciousness* memiliki pola moderasi yang perlu dibaca secara hati-hati. *Health Consciousness* memoderasi hubungan *Perceived Ease of Use* dan *Self-Image Congruence* terhadap *Intention to Use* dengan arah negatif. Hal ini tidak berarti bahwa kesadaran kesehatan menurunkan niat penggunaan secara langsung. Interpretasi yang lebih tepat adalah bahwa pada pengguna dengan kesadaran kesehatan tinggi, kemudahan penggunaan dan citra diri menjadi kurang dominan karena pengguna lebih mempertimbangkan manfaat fungsional, kualitas informasi, keandalan layanan, dan kredibilitas aplikasi.

Sementara itu, *Health Consciousness* tidak memoderasi hubungan *Attitude Toward Using* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*. Temuan ini menunjukkan bahwa sikap positif dan persepsi manfaat telah menjadi prediktor yang cukup kuat bagi niat penggunaan, terlepas dari tinggi rendahnya kesadaran kesehatan. Dengan demikian, strategi peningkatan adopsi Halodoc perlu menyeimbangkan kemudahan penggunaan, manfaat fungsional, citra aplikasi, dan kebutuhan pengguna berdasarkan tingkat kesadaran kesehatan.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Halodoc tidak hanya berfokus pada peningkatan kemudahan penggunaan aplikasi, tetapi juga memperkuat kualitas layanan kesehatan digital melalui peningkatan kredibilitas tenaga medis, keamanan data pribadi, akurasi informasi kesehatan, serta keandalan sistem konsultasi. Temuan mengenai peran moderasi *Health Consciousness* yang bersifat negatif menunjukkan bahwa individu dengan tingkat kesadaran kesehatan yang tinggi cenderung lebih selektif dalam mengadopsi layanan *mobile health* (*mHealth*), sehingga strategi komunikasi perlu menekankan profesionalisme layanan, kompetensi dokter, serta jaminan perlindungan data guna meningkatkan kepercayaan pengguna. Selain itu, pengaruh signifikan *Self-Image Congruence* mengindikasikan bahwa pengembang aplikasi *mHealth* perlu mempertimbangkan aspek simbolik dalam perancangan layanan digital, misalnya melalui pengembangan antarmuka, strategi komunikasi pemasaran, dan fitur personalisasi yang mampu membangun persepsi bahwa aplikasi merepresentasikan individu yang modern, proaktif, efisien, dan memiliki kepedulian terhadap kesehatan. Pendekatan tersebut berpotensi meningkatkan keterikatan pengguna terhadap aplikasi serta mendorong penggunaan yang berkelanjutan. Rekomendasi praktis yang dihasilkan dalam penelitian ini telah memperoleh validasi melalui *expert judgment* oleh psikolog praktisi untuk memastikan kesesuaiannya dengan aspek perilaku kesehatan masyarakat dan implementasi layanan kesehatan digital. Selanjutnya, penelitian mendatang disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan memasukkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi niat penggunaan layanan *telemedicine*, seperti *trust*, *perceived risk*, *e-service quality*, dan dukungan sosial, serta memperluas cakupan wilayah penelitian agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku adopsi *mHealth* pada berbagai karakteristik masyarakat di Indonesia.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa niat penggunaan aplikasi Halodoc pada masyarakat Banyumas dipengaruhi oleh kombinasi faktor fungsional, simbolis, dan psikologis. *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Self-Image Congruence*, dan *Attitude Toward Using* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use*. *Perceived Ease of Use*,

Perceived Usefulness, dan *Self-Image Congruence* juga berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Using*.

Perceived Usefulness dan *Attitude Toward Using* terbukti berperan sebagai variabel mediasi. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kesesuaian citra diri dapat meningkatkan niat penggunaan secara langsung maupun melalui persepsi manfaat dan sikap positif pengguna. *Health Consciousness* terbukti memoderasi hubungan *Perceived Ease of Use* dan *Self-Image Congruence* terhadap *Intention to Use* dengan arah negatif, tetapi tidak memoderasi hubungan *Attitude Toward Using* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa adopsi Halodoc tidak hanya bergantung pada kemudahan dan manfaat aplikasi, tetapi juga pada kesesuaian aplikasi dengan citra diri pengguna serta cara pengguna memandang kesehatannya. Temuan ini dapat menjadi dasar bagi pengembang aplikasi kesehatan digital untuk merancang layanan yang lebih mudah digunakan, bermanfaat, personal, dan relevan dengan kebutuhan pengguna.

5. SARAN

Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti *trust*, *privacy concern*, *perceived risk*, *service quality*, dan *user satisfaction* agar model adopsi aplikasi kesehatan digital dapat dijelaskan secara lebih luas. Variabel tersebut penting karena layanan kesehatan digital berkaitan dengan data pribadi, kepercayaan terhadap tenaga medis, dan kualitas layanan yang diterima pengguna.

Penelitian berikutnya juga dapat memperluas wilayah studi atau membandingkan beberapa aplikasi kesehatan digital seperti Halodoc, Alodokter, SehatQ, dan aplikasi telemedicine lainnya. Selain itu, penelitian longitudinal dapat dilakukan untuk melihat perubahan niat dan perilaku penggunaan dari waktu ke waktu. Bagi pengembang Halodoc, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk meningkatkan kualitas fitur, keamanan data, kredibilitas informasi, dan strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik pengguna.

REFERENSI

- [1] A. Mohammed, "Factors Influencing Consumers' Acceptance of Smartphone Diet Applications: An Integrated Model," *Hum. Behav. Emerg. Technol.*, vol. 2024, 2024, doi: 10.1155/2024/4881810.
- [2] MarketsandMarkets Research Pvt. Ltd., "Global Digital Health Market to Surpass USD 573.5 Billion," *GlobeNewswire*. Accessed: Nov. 24, 2025. [Online]. Available: <https://www.globenewswire.com/news-release/2025/11/06/3182675/0/en/Global-Digital-Health-Market-to-Surpass-USD-573-5-Billion-by-2030-MarketsandMarkets.html>
- [3] F. F. W. P. A. B. R. T. Rahmasari, R. T. Budiyaniti, and P. A. Wigati, "Analisis Pengaruh Keputusan Penggunaan Telemedicine Halodoc di Kota Bogor," *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, vol. 11, no. 2, pp. 190–201, Aug. 2023.
- [4] Databoks, "Ini Aplikasi Kesehatan Online Favorit Masyarakat Indonesia pada 2025," Aug. 2025.
- [5] F. D. Davis, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, vol. 13. 1989. doi: doi:10.2307/249008.
- [6] M. J. Sirgy, "Using self-congruity and ideal congruity to predict purchase motivation," *J. Bus. Res.*, vol. 13, no. 3, pp. 195–206, Jun. 1985, doi: 10.1016/0148-2963(85)90026-8.
- [7] S. J. GOULD, "Consumer Attitudes Toward Health and Health Care: A Differential Perspective," *Journal of Consumer Affairs*, vol. 22, no. 1, pp. 96–118, Jun. 1988, doi: 10.1111/j.1745-6606.1988.tb00215.x.

- [8] F. Farooq and I. Bashir, "Role of health consciousness and self-image congruence in shaping user perceptions toward the adoption of mobile health applications," *Int. J. Pharm. Healthc. Mark.*, 2025, doi: 10.1108/IJPHM-11-2024-0131.
- [9] J. H. Park, C. W. Lee, and C. Do, "Examining Users' Acceptance Intention of Health Applications Based on the Technology Acceptance Model," *Healthcare (Switzerland)*, vol. 13, no. 6, Mar. 2025, doi: 10.3390/healthcare13060596.
- [10] T. S. M. R. Subramaniam, A. Vafaei-Zadeh, H. Hanifah, and D. Nikbin, "To adopt or not to adopt mobile health applications? A study among Generation X mobile phone users in a developing country," *J. Health Organ. Manag.*, 2025, doi: 10.1108/JHOM-03-2024-0103.
- [11] Z. Xie, C. Or, and X. C. Ye, "Acceptance of mobile health applications by the general public: the roles of technology acceptance model constructs, health-app-specific factors, and socio-demographic moderators," *Appl. Ergon.*, vol. 130, Jan. 2026, doi: 10.1016/j.apergo.2025.104655.
- [12] H. M. Kim, J. (Sunny) Kim, K. Joo, and J. Hwang, "Investigating the technology acceptance model, image congruence and cultural differences in facial recognition payment adoption," *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, vol. 37, no. 1, pp. 20–41, Jan. 2025, doi: 10.1108/APJML-01-2024-0123.
- [13] Y. Zhu, Y. Lu, S. Gupta, J. Wang, and P. Hu, "Promoting smart wearable devices in the health-AI market: the role of health consciousness and privacy protection," *Journal of Research in Interactive Marketing*, vol. 17, no. 2, pp. 257–272, Mar. 2023, doi: 10.1108/JRIM-10-2021-0246.
- [14] A. S. Al-Adwan, N. Li, A. Al-Adwan, G. A. Abbasi, N. A. Albelbisi, and A. Habibi, "Extending the Technology Acceptance Model (TAM) to Predict University Students' Intentions to Use Metaverse-Based Learning Platforms," *Educ. Inf. Technol. (Dordr.)*, vol. 28, no. 11, pp. 15381–15413, Nov. 2023, doi: 10.1007/s10639-023-11816-3.
- [15] I. Ajzen, "The theory of planned behavior," *Organ. Behav. Hum. Decis. Process.*, vol. 50, no. 2, pp. 179–211, Dec. 1991, doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T.