

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.3.1. Tujuan Umum.....	8
1.3.2. Tujuan Khusus.....	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Teoretis.....	9
1.4.2. Manfaat Praktis.....	9
1.5. Sistematika Penelitian	9
BAB II TINJAAAN PUSTAKA.....	11
2.1. Konsep Variabel	11
2.1.1. <i>Performance expectancy</i>	13
2.1.2. <i>Effort expectancy</i>	15
2.1.3. <i>Information quality</i>	17
2.1.4. <i>User engagement</i>	19
2.1.5. Kepuasan.....	21
2.2. Pengembangan Hipotesis.....	23
2.2.1. Hubungan <i>performance expectancy</i> terhadap <i>user</i>	

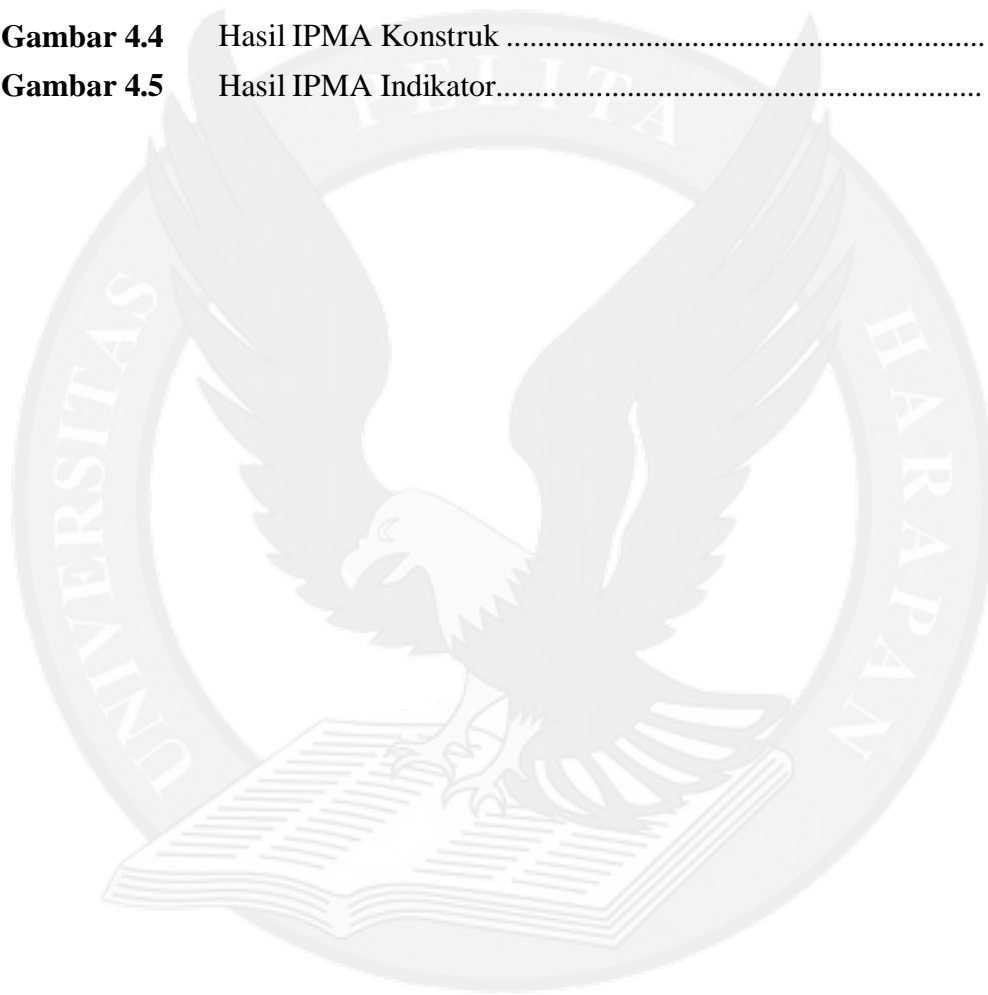
4.2.4.	Variabel <i>User engagement</i>	58
4.2.5.	Variabel <i>Satisfaction</i>	60
4.3.	Analisis Inferensial	61
4.3.1.	Measurement Model (Outer Model).....	62
4.3.1.1.	Outer Loading	63
4.3.1.2.	<i>Construct Reliability</i>	64
4.3.1.3.	<i>Construct Validity</i>	66
4.3.1.4.	<i>Discriminant Validity</i>	66
4.3.2.	Hasil <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	67
4.3.2.1.	Pengujian Multikolinearitas	68
4.3.2.2.	Koefisien Determinan (R-Squared)	70
4.3.2.3.	Effect Size (f-Squared)	71
4.3.2.4.	Predictive Relevance (Q-Squared)	72
4.3.2.5.	<i>Cross-Validated Predictive Ability</i> (CVPAT).....	74
4.3.2.6.	Hasil Uji Hipotesis	76
4.3.2.6.1.	Pengaruh <i>performance expectancy</i> terhadap <i>user engagement</i>	78
4.3.2.6.2.	Pengaruh <i>effort expectancy</i> terhadap <i>user engagement</i>	78
4.3.2.6.3.	Pengaruh <i>information quality</i> terhadap <i>user engagement</i>	79
4.3.2.6.4.	Pengaruh <i>performance expectancy</i> terhadap <i>satisfaction</i>	80
4.3.2.6.5.	Pengaruh <i>information quality</i> terhadap <i>user engagement</i>	80
4.3.2.6.6.	Pengaruh <i>user engagement</i> terhadap <i>satisfaction</i>	81
4.3.2.7.	Analisis Mediasi	82
4.3.2.8.	Analisis <i>Importance -Performance</i>	83
4.4.	Diskusi	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		92
5.1.	Kesimpulan Penelitian.....	92
5.2.	Implikasi Manajerial	95
5.3.	Keterbatasan dan Saran bagi Penelitian Berikutnya	97
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN		103

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Layanan <i>Telemedicine</i> & Faskes yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia (2022)	2
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	37
Tabel 4.1. Profil Demografi Responden	51
Tabel 4.2. Kategori Jawaban Responden.....	53
Tabel 4.3. Deskripsi Variabel <i>Performance expectancy</i>	54
Tabel 4.4. Deskripsi Variabel <i>Effort expectancy</i>	56
Tabel 4.5. Deskripsi Variabel <i>Information quality</i>	57
Tabel 4.6. Deskripsi Variabel <i>User engagement</i>	58
Tabel 4.7. Deskripsi Variabel <i>Satisfaction</i>	60
Tabel 4.8. Hasil <i>Outer Loading</i> Penelitian Aktual.....	63
Tabel 4.9. Pengujian Reliabilitas.....	65
Tabel 4.10. Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	66
Tabel 4.11. <i>Discriminant Validity Heterotrait – Monotrait Ratio</i> (HTMT).....	67
Tabel 4.12. <i>Variance Inflation Factor Inner</i>	69
Tabel 4.13. Nilai R-Square	70
Tabel 4.14. Nilai F-Squared.....	72
Tabel 4.15. Hasil <i>Q Predict</i> Konstruk.....	74
Tabel 4.16. Nilai <i>Cross-Validated Predictive Ability</i> (CVPAT).....	75
Tabel 4.17. Analisis Pengaruh Langsung	77
Tabel 4.18. Nilai <i>Specific Indirect Effect</i>	82
Tabel 4.19. Nilai <i>Importance</i> dan <i>Performance</i> Konstruk	84
Tabel 4.20. Nilai <i>Importance</i> dan <i>Performance</i> Indikator.....	85

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Profil Media Social Alodokter dari <i>SocialBlade</i>	5
Gambar 1.2 Profil Media Social Halodoc dari <i>SocialBade</i>	5
Gambar 3.1 Perhitungan Jumlah Sampel Minimum dengan <i>Power Analysis</i>	44
Gambar 4.1 Outer Model.....	62
Gambar 4.2 Inner Model	68
Gambar 4.3 Hasil Uji Q^2	73
Gambar 4.4 Hasil IPMA Konstruk	85
Gambar 4.5 Hasil IPMA Indikator.....	87



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	103
Lampiran 2. Letter of Acceptance	107

