

NIAT BERKUNJUNG KEMBALI WEBSITE RSUD Dr. MOEWARDI

Maya Aprian Wirmaningsih¹

Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Setia Budi Surakarta
(mayawirmaningsih1996@gmail.com)

Didik Setyawan²

Fakultas Ekonomi, Universitas Setia Budi Surakarta
(didiksetyawan1977@gmail.com)

Finisha Mahaestri Noor³

Fakultas Ekonomi, Universitas Setia Budi Surakarta
(finisha_noor@yahoo.com)

ABSTRACT

The result has purpose to test the will to revisit website of RSUD Dr. Moewardi to patient or their family. It because of the differentiation research object which gives effect to variable usage researched (Udo et al, 2011). The data analysis and hypotheses test in this research uses *Structural Equation Model* (SEM). Total sample of this research is 200 samples. The result research shows all hypotheses support. The result means high index of satisfaction felt by user of hospital website service has given affect to the will revisiting caused by high hope and the work hope of website service and also social affect from the environment.

Keywords: *Intention, Satisfaction, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social influence*

A. PENDAHULUAN

Website merupakan informasi awal tentang kondisi suatu institusi. Hal ini juga terjadi pada *website* rumah sakit. Secara umum *website* menginformasikan tentang layanan-layanan yang diberikan kepada pasien. Perkembangan selanjutnya *website* juga digunakan untuk pemesanan layanan dokter dan pendaftaran online. Namun fenomena yang terjadi masih rendahnya orang untuk mencari informasi di *website* rumah sakit yang berdampak rendahnya jumlah kunjungan di *website*. Maka studi ini melakukan kajian tentang kualitas layanan *website* di rumah sakit Dr. Moewardi.

Studi terdahulu menunjukkan kepuasan berpengaruh kuat terhadap niat berkunjung kembali. Hal ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Udo *et al* (2011) yang menyatakan bahwa kepuasan menggunakan teknologi sangat berpengaruh terhadap niat menggunakan kembali teknologi tersebut. Hal yang sama diungkapkan oleh Ali (2014) pada obyek penelitian teknologi 3G bahwa kepuasan memberi pengaruh positif yang signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Maka dapat disimpulkan kepuasan menjadi faktor penting individu untuk berkunjung kembali ke suatu *website*.

Kepuasan sebagai variabel mediasi dipengaruhi oleh harapan usaha (Alwadhi, 2008), harapan kinerja (Ali, 2014) dan pengaruh sosial (Alwadhi, 2008). Penjelasan tersebut didasarkan pada penelitian sebelumnya merupakan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara ketiga variabel yaitu harapan usaha, harapan kinerja, pengaruh sosial terhadap kepuasan penggunaan layanan sistem informasi *e-government* di Kuwait (Alwadhi, 2008). Hal yang sama dilakukan oleh Min et al. (2005) bahwa variabel-variabel tersebut berhubungan positif dengan kepuasan pengguna layanan sistem informasi *e-learning* universitas di Taiwan. Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut bisa menjadi variabel pembentuk kepuasan penggunaan layanan *website*.

B. KAJIAN PUSTAKA dan PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Niat berkunjung kembali

Konsep niat dikembangkan oleh Hartono (2007) yang mengungkapkan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku. Penerapan dalam penggunaan situs web berkembang menjadi niat berkunjung situs web kembali yang didefinisikan sebagai kondisi dimana pengguna merasa layanan *website* tersebut dapat memenuhi kebutuhan pengguna sehingga pada akhirnya pengguna kembali menggunakannya dan juga bahkan dapat menyebarkannya kepada pihak lain untuk

menggunakannya (Udo et al, 2011). Berdasarkan penjelasan yang telah diungkapkan, studi ini menggunakan konsep niat berkunjung kembali yang didasarkan adanya kesamaan obyek penelitian.

Variabel pembentuk niat berkunjung juga dalam studi dipengaruhi oleh masih terdapat keragaman variabel pembentuknya antara lain kepuasan merupakan tingkat kesesuaian antara pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna dengan harapannya (Sanjaya, 2012), harapan usaha merupakan tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem (Ali, 2014), harapan kinerja merupakan seberapa tinggi individu percaya bahwa menggunakan suatu sistem membantu untuk mendapat keuntungan (Ali, 2014), dan pengaruh sosial yang merupakan sejauh mana individu merasakan hal itu penting dan percaya bahwa individu harus menggunakan sistem baru tersebut (Ali, 2014). Berbagai studi menunjukkan variabel-variabel tersebut merupakan variabel yang kuat dalam mempengaruhi niat berkunjung situs web kembali (Venkatesh dan Zhang, 2010). Pemilihan variabel dirasa tepat untuk membentuk niat berkunjung kembali *website* rumah sakit karena berdasarkan identifikasi penelitian yang dilakukan menunjukkan peran yang kuat untuk mempengaruhi niat berkunjung kembali *website* rumah sakit. Penjelasan masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut.

Kepuasan

Konsep kepuasan secara umum didefinisikan oleh Davis dan Heineke (1998) yang menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat kesesuaian antara pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna dengan harapannya. Pendapat Iskandar (2010) dalam konteks kepuasan pada website didefinisikan sebagai sikap penggunaan sistem informasi yang mendapatkan layanan yang berkualitas untuk memperoleh informasi yang cepat dan tepat.

Studi terdahulu menunjukkan adanya pengaruh positif kepuasan terhadap niat berkunjung kembali pada *website* (Ali, 2014; Hsu *et al*, 2012). Studi yang dilakukan oleh Ali (2014) pada obyek penelitian teknologi 3G bahwa kepuasan memberi pengaruh positif yang signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Hal yang sama dilakukan oleh Hsu *et al* (2012) yang menyatakan bahwa kepuasan mempunyai pengaruh kuat terhadap niat untuk berkunjung kembali. Penjelasan tersebut dapat di maknai bahwa tingginya kepuasan pengguna *website* dapat meningkatkan niat untuk berkunjung ke *website* kembali. Berdasarkan studi yang telah diuraikan, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₁: kepuasan berpengaruh terhadap niat untuk berkunjung kembali.

Harapan Usaha

Konsep harapan usaha dikembangkan oleh beberapa peneliti, antara lain oleh Hartono (2007) sebagai tingkat kemudahan yang dihubungkan

dengan penggunaan suatu sistem. Kalau sistem mudah digunakan, maka usaha yang dilakukan tidak akan terlalu tinggi dan sebaliknya jika suatu sistem sulit digunakan maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Jeroen (2016) bahwa harapan usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem. Maka dapat disimpulkan harapan usaha dalam penelitian ini didefinisi sebagai perasaan individu tentang rendahnya usaha dalam menggunakan layanan *website*.

Berbagai studi menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara harapan usaha terhadap kepuasan (Chang *et al*, 2008; Kim *et al*, 2017). Studi yang dilakukan oleh Kim *et al* (2017) dalam mengevaluasi kepuasan pengguna sistem informasi obat Rumah Sakit Australia mengatakan bahwa harapan usaha berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hasil yang sama juga diungkapkan oleh Chang *et al*, (2008) yang menyebutkan bahwa harapan usaha berpengaruh kuat terhadap kepuasan individu saat mengunjungi suatu layanan teknologi. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dikatakan tingginya harapan usaha mampu meningkatkan tingkat kepuasan pengguna *website*. Maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₂: harapan usaha memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan

Harapan Kinerja

Harapan kinerja didefinisikan oleh Hartono (2007) sebagai seberapa tinggi individu percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantu untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan kinerja di pekerjaannya. Pendapat tersebut dikuatkan oleh Jeroen (2016) yang menjelaskan harapan kinerja didefinisikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya mencapai prestasi dalam kinerja kerja. Berbagai definisi yang telah diuraikan dapat disimpulkan bahwa harapan kinerja merupakan sejauh mana individu merasa bahwa dalam menggunakan sistem layanan *website* membantu dalam kecepatan memperoleh informasi.

Studi terdahulu menunjukkan harapan kinerja berpengaruh kuat terhadap kepuasan pengunjung (Ali, 2014; Kim *et al*, 2017). Studi yang dilakukan oleh Ali (2014) dalam menggunakan teknologi 3G mengungkapkan bahwa harapan kinerja akan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pengunjung. Hal yang sama diungkapkan oleh Kim *et al* (2017) dalam mengevaluasi kepuasan pengguna sistem informasi obat di Rumah Sakit Australia mengatakan bahwa harapan kinerja mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan. Berbagai penjelasan tersebut dapat dikatakan tingginya harapan kinerja dapat meningkatkan kepuasan pengguna *website*. Maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₃: Harapan kinerja berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial didefinisikan oleh Hartono (2007) sebagai sejauh mana individu mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang lain yang akan mempengaruhinya menggunakan sistem yang baru. Definisi tersebut juga dijelaskan oleh Jeroen (2016) menyatakan sebagai sejauh mana individu merasakan hal itu penting dan percaya bahwa individu harus menggunakan sistem baru tersebut. Penjelasan tersebut memberikan kesimpulan bahwa pengaruh sosial didefinisi sebagai dorongan individu lain dalam lingkungan sosial yang mampu mempengaruhi individu untuk menggunakan suatu sistem.

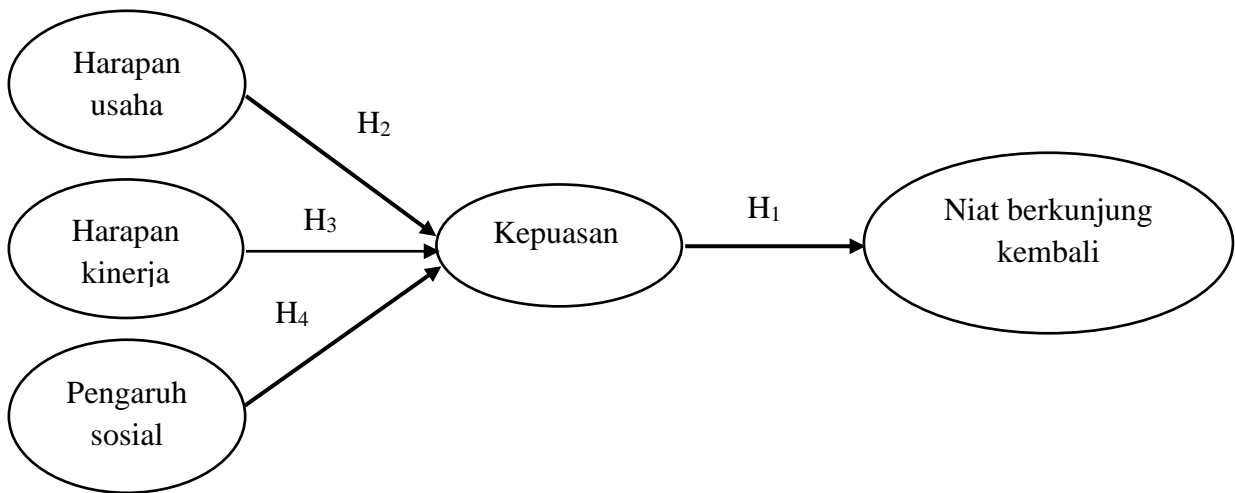
Berbagai studi menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara pengaruh sosial terhadap kepuasan pengunjung (Kijisanayotin, 2009; Kim *et al*, 2017). Studi yang dilakukan oleh Kijisanayotin (2009) dalam penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi teknologi informasi di pusat kesehatan masyarakat Thailand menemukan bahwa pengaruh sosial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hasil lain juga mengungkapkan bahwa yang dilakukan oleh Kim *et al*. (2017) dalam mengevaluasi kepuasan pengguna sistem informasi obat di Rumah Sakit Australia mengatakan bahwa pengaruh sosial mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan. Berdasarkan uraian

tersebut dapat disimpulkan tingginya pengaruh sosial mampu meningkatkan kepuasan pengguna *website*. Maka hipotesis yang diajukan adalah:

H4: pengaruh sosial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan.

Model Penelitian

Model penelitian merupakan gambaran hubungan antara variabel-variabel yang akan diamati atau diuji melalui penelitian yang akan dilakukan. Adapun model penelitiannya sebagai berikut:



Gambar 1. model penelitian

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat *cross sectional*. Penelitian ini menggunakan teknik survey. Populasi penelitian ini adalah pasien atau keluarga pasien RSUD Dr. Moewardi. Sampel dalam penelitian adalah pasien atau keluarga pasien rawat jalan yang mendaftar secara online. Teknik penyampelan yang digunakan adalah penyampelan *purposive*. Penentuan ukuran sampel berdasarkan pada besaran *factor loading*. Dalam penelitian ini, sebuah item kuisiонер dikatakan valid bila mempunyai *factor loading* 0,4 dengan ukuran sampel sebanyak 200 responden.

D. HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil analisis penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 16 pernyataan yang harus dijawab oleh responden, pengujian validitas terhadap item pertanyaan kuisiонер menunjukkan dinyatakan valid. Dimana semua item pertanyaan mempunyai *factor loading* lebih tinggi r tabel. Sedangkan koefisien Crombach Alpha lebih besar dari 0,6 maka dapat disimpulkan semua item kuisiонер reliabel digunakan untuk mengambil data.

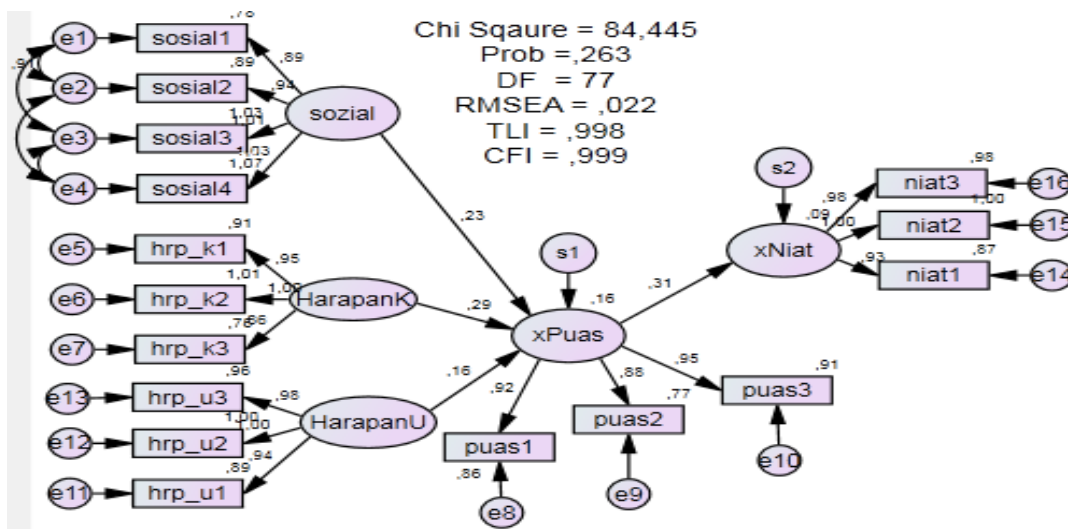
No	Indikator	r tabel	Koefisien Alpha	Keterangan	
1.	Kepuasan pengguna		0,941	Reliabel	
	Puas 1	0,943			Valid
	Puas 2	0,933			Valid
	Puas 3	0,960			Valid
2.	Harapan Usaha		0,981	Reliabel	
	Hrp_u1	0,970			Valid
	Hrp_u2	0,990			Valid
	Hrp_u3	0,985			Valid
3.	Harapan Kinerja		0,959	Reliabel	
	Hrp_k1	0,975			Valid
	Hrp_k2	0,973			Valid
	Hrp_k3	0,936			Valid
4.	Pengaruh Sosial		0,985	Reliabel	
	Sosial 1	0,979			Valid
	Sosial 2	0,991			Valid
	Sosial 3	0,982			Valid
	Sosial 4	0,963			Valid
5.	Niat Berkunjung Kembali		0,982	Reliabel	
	Niat 1	0,980			Valid
	Niat 2	0,990			Valid
	Niat 3	0,976			Valid

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian asumsi normalitas data dalam SEM didasarkan pada normalitas secara *multivariate*. Data dikatakan normal bila nilai *Critical ratio (c.r) multivariate* terletak dalam interval $-2,58 < c.r < 2,58$. Dari hasil pengujian dalam output SEM nilai c.r 1,012 sehingga data tersebut terdistribusi

normal *multivariate* karena memenuhi syarat dari batas interval yang sudah ditentukan.

Hasil pengujian menggunakan analisis SEM dengan aplikasi AMOS menghasilkan model seperti terlihat digambar 2 berikut ini



Gambar 2. Hasil Analisis SEM

Keluaran dari analisis SEM dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Hipotesis	Estimate	C.R	P tabel	Keterangan
NIAT ← PUAS	0,307	4,406	,015	Terdukung
PUAS ← HU	0,163	2,442		Terdukung
PUAS ← HK	0,289	4,358		Terdukung
PUAS ← SOSIAL	0,141	3,712		Terdukung

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan dari pengolahan data diketahui bahwa semua hipotesis terdukung , dimana

nilai *critical ratio (c.r)* lebih besar dari P tabel.

Diskusi

Hasil pengujian hipotesis 1 mendapatkan bahwa variabel kepuasan pengguna memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk berkunjung kembali. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kepuasan pengguna akan meningkatkan niat untuk berkunjung kembali ke website rumah sakit. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya menurut Udo *et al* (2011) pada obyek pelanggan belanja *online* bahwa kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang positif terhadap niat untuk berkunjung kembali. Studi lain yang dilakukan oleh Ali, (2014) pada obyek penelitian teknologi 3G di Somalia bahwa kepuasan mempunyai pengaruh kuat terhadap niat untuk berkunjung kembali. Hal yang sama dilakukan oleh Hsu *et al* (2012) pada kualitas situs web terhadap kepuasan pelanggan dan niat membeli kembali di cina menyatakan bahwa kepuasan mempunyai pengaruh kuat terhadap niat untuk berkunjung kembali. Penelitian yang dilakukan pada obyek rumah sakit juga menunjukkan hasil yang positif. Hasil dari hipotesis 1 dapat dimaknai bahwa semakin

tinggi kepuasan pasien atau keluarga pasien terhadap penggunaan *website* RSUD dr. Moewardi maka semakin tinggi juga dalam mempengaruhi niatnya untuk berkunjung kembali ke *website* tersebut.

Pengujian hipotesis 2 menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel harapan usaha terhadap kepuasan pengguna. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harapan usaha akan meningkatkan kepuasan pengguna. Hasil ini didukung oleh penelitian Kim *et al* (2017) dalam mengevaluasi kepuasan pengguna sistem informasi obat Rumah Sakit Australia mengatakan bahwa harapan usaha berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Chang *et al*, (2008) yang menyebutkan bahwa harapan usaha berpengaruh kuat terhadap kepuasan individu saat mengunjungi suatu layanan teknologi. Hal yang sama juga yang dilakukan oleh Ghalandari (2012) dalam pengaruh harapan usaha, harapan kinerja, pengaruh sosial dan memfasilitasi kondisi pada penerimaan layanan E- banking di iran menyatakan bahwa harapan usaha mempunyai pengaruh yang signifikan

terhadap kepuasan pengguna. Hasil tersebut menguatkan hasil penelitian yang dilakukan pada obyek rumah sakit juga menunjukkan hasil positif harapan usaha terhadap kepuasan. Hasil dari hipotesis 2 ini dapat dimaknai bahwa semakin tinggi adanya pengaruh harapan usaha dapat meningkatkan kepuasan penggunanya yang dapat dikaitkan pengguna merasa merasa mendapatkan kemudahan dalam penggunaan layanan *website*.

Hasil pengujian hipotesis 3 mendapatkan bahwa harapan kinerja mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengguna. Hal ini berarti bahwa semakin baik harapan kinerja akan meningkatkan kepuasan pengguna. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya bahwa harapan kinerja berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna oleh Kim *et al* (2017) dalam mengevaluasi kepuasan pengguna sistem informasi obat di Rumah Sakit Australia. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ali (2014) dalam niat perilaku dan kepuasan terhadap penggunaan teknologi 3G pada kalangan siswa di Somalia yang mengungkapkan bahwa harapan kinerja berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hipotesis 3 dapat dimaknai bahwa semakin tinggi harapan kinerja dari layanan *website* akan dapat meningkatkan kepuasan penggunanya dalam membantu mendapatkan informasi kesehatan dan layanan rumah sakit.

Hasil hipotesis 4 menunjukkan bahwa pengaruh sosial mempunyai pengaruh

positif terhadap kepuasan pengguna. Hal ini berarti bahwa semakin baik pengaruh sosial akan meningkatkan kepuasan pengguna. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kijisanayotin (2009) dalam penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi teknologi informasi di pusat kesehatan masyarakat Thailand menemukan bahwa pengaruh sosial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hal ini didasarkan dari temuan yang dilakukan oleh Kim *et al*. (2017) dalam mengevaluasi kepuasan pengguna sistem informasi obat di Rumah Sakit Australia mengatakan bahwa pengaruh sosial mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan. Hal yang sama juga dijelaskan oleh Alawadhi (2008) dalam penggunaan model UTAUT pada penggunaan layanan pemerintah di Kuwait yang menyatakan bahwa pengaruh sosial mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pengguna nya. Berbagai studi dapat menguatkan hasil studi yang menyebabkan adanya hubungan positif pengaruh sosial terhadap kepuasan pengguna layanan *website*. Hasil hipotesis 4 dapat dimaknai bahwa semakin tinggi pengaruh sosial dari lingkungannya memberi efek yang kuat terhadap peningkatan kepuasan penggunaan layanan *website* rumah sakit.

E. SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pembentuk niat berkunjung kembali layanan *website* rumah sakit yang dipengaruhi oleh

kepuasan dengan variabel pendahulu adalah harapan usaha, harapan kinerja dan pengaruh sosial. Hasil penelitian menunjukkan semua hipotesis terdukung. Hasil tersebut dimaknai tingginya kepuasan yang dirasakan pengguna layanan website rumah sakit memberi pengaruh pada tinggi niat berkunjung kembali yang disebabkan pada tingginya harapan usaha dan harapan kinerja dari layanan website serta pengaruh sosial dari lingkungannya.

REFERENSI

- Ali Y, S, Ismail Sheikh Yusuf Ahmed Dhaha. 2014. Mediating effects of behavioral intention between 3G predictors and service Satisfaction. *Malaysi journal of Comunication*, Vol. 30, pp. 107-128.
- Arts, J.W.C., Frambach, R.T., and Bijmolt, T.H.A.2011. Generalizations on consumer innovation adoption: A meta-analysis on drivers of intention and behavior, *International Journal of Research In Marketing*, Vol. 28, No.2
- Assael, Henry. 2001. *Behavior and Marketing Action*. Kent Publishing Company, Boston Massachusset, AS. *Consumers*.
- Chang, H., Lee, J., and Tseng, M. 2008. The influence of service recovery on perceived justice under different involvement level an evidence of retail industry, *Contemporary Management Research*, Vol. 4, No. 1, pp. 42-43
- Davis, M. M. dan Heineke. J. 1998. How Disconfirmation, Perception and Actual Waiting Times Impact Customer Satisfaction. *International Journal of Service Industry Management*, Vol.9 No.1, pp. 64-73.
- Hartono, J.M. 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan*. C. V Andi Offset, Yogyakarta.
- Hsu, Chien Chang, Chen Chen. 2012. The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intention: perceived playfulness and perceived flow as mediators. *Information syatems and e-Business management*. Vol.10 pp 549–570.
- Iskandar, L. 2010. Analisa Kepuasan Mahasiswa Terhadap *Website* Universitas Atmajaya dan Hubungannya dengan Loyalitas Mahasiswa. *International Journal of Economics and Management Sciences*. Vol. 1, No. 2.
- Kijsanayotin, B., Supasit P., Stuart M. 2009. Factors influencing health information technology adoption in Thailand's community health centers Applying the UTAUT model. *Journal of Medical Informatics*. Vol .78 pp 179-211.
- Kim, E.D., Kevin.K. Y.Kuan. 2017. Evaluating User Satisfaction and Organisational Benefits of Electronication Medication Management System in an Australian Hospital. *Conference on Information Systems*.
- Sanjaya Imam. 2012. Pengukuran Kualitas layanan website kementerian kominfo dengan menggunakan metode

webqual 4.0. *jurnal penelitian IPTEK-KOM*. vol.14, No.1.

Udo, G. J., Bagchi, K. K., dan Kirs, P. J. 2011. Using *SERVQUAL* to assess the quality of e-learning experience. *Computers in Human Behavior*, Vol. 27, pp. 1272-1283.

Venkatesh, V., and Zhang. 2010. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Journal of Global Information Technology Management*, Vol. 13, pp. 115-139.