
ANALISIS *BEHAVIORAL INTENTION* PADA LAYANAN APLIKASI GOAPOTIK

Wibowo

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
oenwibowo@gmail.com (*corresponding author*)

Lina

Program Studi Teknik Informatika, Universitas Tarumanagara

Masuk : 20-06-2022 , revisi : 29-06-2022 , diterima untuk diterbitkan : 30-06-2022

Abstract: The present era is also known as the information age, where humans need information. The existence of the internet on smartphones makes it easier for humans to get information and shop wherever and whenever related to drug needs. One of the online pharmacy services in Indonesia is the GoApoitik application, which is a digital healthcare startup that applies the principles of distribution and pharmaceutical services, especially drugs through e-commerce. Through this application, users can search for various information and make it easier for the public to get medicines and health equipment, through digital platforms in a definite and safe manner. This study measures the interest of GoApoitik application users in Indonesia using the modified UTAUT2 research model, where researchers analyze the variables of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, and health literacy on Behavioral Intention. The data used in this study were 246 respondents who were obtained online using a questionnaire. Respondents are users of the GoApoitik application. Researchers used Structural Equation Modeling (SEM) using SmartPLS software version 3.0 to test the hypothesis. The results showed that effort expectancy, facilitating conditions, and health literacy had a positive influence on behavioral intention. In the moderator variable, the gender variable affects the performance expectancy factor and age affects the effort expectancy factor. This study resulted in an R² value of 0.624 and was included in the moderate category.

Keywords: UTAUT 2, Consumer Behavior, GoApoitik

Abstrak: Era masa kini disebut juga sebagai era informasi, dimana manusia sangat membutuhkan informasi. Adanya internet pada ponsel pintar semakin memudahkan manusia untuk mendapatkan informasi maupun belanja dimana pun dan kapan pun terkait kebutuhan obat. Salah satu layanan apotek *online* di Indonesia, yaitu aplikasi GoApoitik yang merupakan digital *healthcare startup* dan menerapkan prinsip-prinsip penyaluran serta pelayanan kefarmasian khususnya obat-obatan melalui *e-commerce*. Melalui aplikasi ini, pengguna dapat mencari berbagai informasi dan mempermudah masyarakat mendapatkan obat-obatan serta perlengkapan kesehatan melalui platform digital secara pasti dan aman. Penelitian ini mengukur minat pengguna aplikasi GoApoitik di Indonesia dengan menggunakan model penelitian UTAUT2 yang telah dimodifikasi, dimana peneliti menganalisis variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, dan *health literacy* terhadap *behavioral intention*. Data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 246 responden yang didapatkan melalui *online* menggunakan kuesioner. Peneliti menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan *software* SmartPLS versi 3.0 untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *effort expectancy*, *facilitating conditions*, dan *health literacy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Dalam variabel moderator, maka variabel gender berpengaruh pada faktor *performance expectancy* dan *age* berpengaruh pada faktor *effort expectancy*. Penelitian ini menghasilkan nilai R² sebesar 0,624 dan termasuk kategori moderat.

Kata Kunci: UTAUT 2, Perilaku Konsumen, GoApoitik

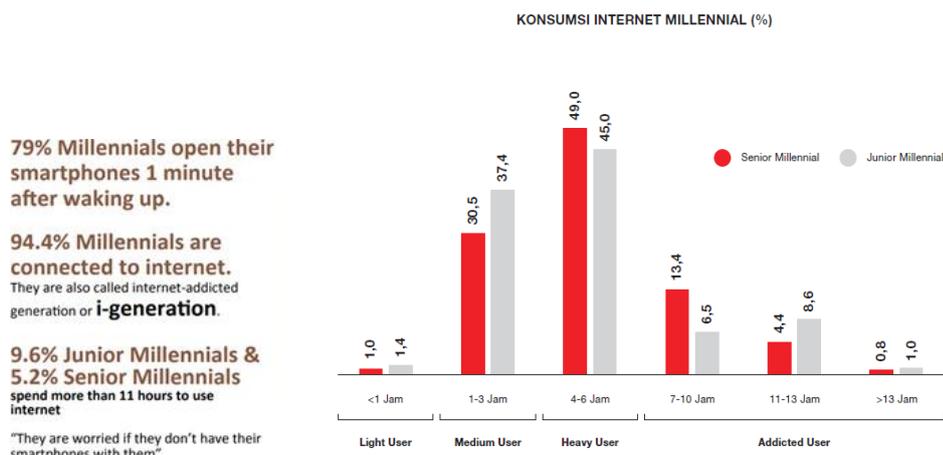
PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan jaman terus bergulir cepat didampingi oleh berkembangnya berbagai teknologi modern berbasis internet. Era masa kini sering kali disebut juga era informasi, dimana manusia mengutamakan informasi. Informasi kini telah melekat menjadi suatu kebutuhan manusia. Kebutuhan ini mampu memicu adanya perkembangan yang hadir dari teknologi komunikasi. Hal ini ditandai dengan semakin lumrahnya penggunaan internet di berbagai aktivitas. Pengguna aktif internet khususnya di kalangan milenial sendiri mencapai 94,4%, berdasarkan data yang diperoleh IDN Research Institute pada Indonesia Millennial Report 2019 (Utomo, 2019).

Gambar 1

Indonesia Millennial Report 2019



Sumber: IDN Research Institute (2019)

Layanan *e-commerce* kini semakin populer di berbagai kalangan karena dapat diakses dengan mudah, kapan pun, dan dimana pun juga. Hampir semua orang mampu mengakses layanan *e-commerce* melalui internet untuk mengisi waktu serta mencari barang keperluan sehari-hari maupun informasi yang dibutuhkan. Hal ini mendorong banyak perusahaan berlomba-lomba untuk membuat sebuah layanan berbasis *e-commerce*, seperti layanan yang menyediakan *fashion, food and beverages*, obat, dan alat kesehatan. Seluruh aplikasi tersebut mampu menyajikan ragam informasi serta memenuhi kebutuhan untuk masyarakat Indonesia.

GoApothek merupakan layanan aplikasi platform *aggregator* apotek *online* dari PT Global Urban Esensial, salah satu digital *healthcare startup*, yang didanai oleh salah satu perusahaan farmasi terbesar di Indonesia yang memegang lisensi Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) dan telah menerapkan prinsip-prinsip penyaluran dan pelayanan kefarmasian khususnya obat-obatan melalui *e-commerce*. Pada tahun 2019, GoApothek berhasil mengakuisisi 1600 apotek di Indonesia dengan 15 ribu transaksi setiap bulan. Kemudian pada tahun 2020, terjadi pandemi Covid-19 yang menyebabkan meningkatnya tren penggunaan aplikasi GoApothek. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan analisis terkait perilaku konsumen dengan judul "Analisis *Behavioral Intention* pada Layanan Aplikasi GoApothek".

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah

1. Menganalisis *behavioral intention* pada layanan aplikasi GoApothek berdasarkan penilaian konsumen dari faktor-faktor yang terdapat pada model UTAUT 2 yang telah dimodifikasi (*performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation*, dan *health literacy*).

2. Menguji faktor-faktor yang terdapat pada model UTAUT 2 yang telah dimodifikasi (*performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, dan health literacy*) terhadap *behavioral intention* pada layanan aplikasi GoApotik.
3. Menguji variabel *age* (A) dan *gender* (G) menjadi moderator dalam hubungan variabel-variabel yang signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) pada layanan aplikasi GoApotik.
4. Menguji apakah model UTAUT 2 yang telah dimodifikasi layak digunakan untuk memprediksi *behavioral intention* dari layanan aplikasi GoApotik.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan berbeda setiap individu. Menurut Kotler dan Armstrong (2012, p. 157), banyak faktor yang memberikan pengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen yang mengacu pada perilaku pembelian dari konsumen langsung, bisa dari konsumen individu maupun rumah tangga yang membeli barang dan juga jasa untuk kebutuhan pribadi. Adapun peneliti melakukan pengujian perilaku konsumen menggunakan model UTAUT 2.

Model UTAUT2 merupakan model pengembangan dari model UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh et al. (2012). Menurut Venkatesh et al. (2012), model UTAUT2 merupakan model yang tidak hanya menggabungkan hubungan utama dalam UTAUT, tetapi juga menambah konstruksi baru dan hubungan dalam penerapannya pada konteks konsumen dengan tujuan untuk mencapai pandangan terpadu tentang faktor-faktor yang berpengaruh dalam mengadopsi teknologi baru dari perspektif pengguna akhir. Selain itu, UTAUT2 telah menjadi model yang kuat untuk memeriksa pengguna penerimaan belanja *online* (Soh et al., 2020) dan teknologi informasi kesehatan, termasuk mHealth dan e-Health (Alam et al., 2020).

Model penelitian yang peneliti gunakan adalah model UTAUT2, yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2012), dan peneliti melakukan beberapa perubahan dengan fungsi untuk menyesuaikan dengan objek penelitian. Peneliti memakai variabel-variabel independen yang terdapat dalam model UTAUT2, yaitu *performance expectancy* (PE), *effort expectancy* (EE), *social influence* (SI), *facilitating conditions* (FC), *hedonic motivations* (HM), namun peneliti menambahkan variabel *health literacy* (HL).

Performance expectancy merupakan sebuah tingkatan keuntungan yang akan didapatkan oleh konsumen ketika menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2012, p. 159). Dalam penelitian ini, konsumen yang menggunakan aplikasi GoApotik akan memiliki berbagai keuntungan tersendiri di antaranya dapat melakukan pembelian obat dan konsultasi kesehatan secara *online*, kapan pun juga hanya dalam satu genggam. Sehingga peneliti menguji hubungan *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* yang dimoderator oleh *age* dan *gender*.

Venkatesh et al. (2003, p. 450) mendefinisikan *effort expectancy* sebagai “*the degree of ease associated with the use of the system*”. Dalam penelitian ini, *effort expectancy* dari sebuah layanan aplikasi GoApotik dapat menggambarkan tingkat kemudahan dari teknologi aplikasi GoApotik. Sehingga peneliti menguji hubungan *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* yang dimoderator oleh *age* dan *gender*.

Social influence menurut Venkatesh et al. (2003, p. 451), adalah tingkat dimana orang-orang yang penting maupun berpengaruh mempercayai sebuah sistem, maka individu tersebut harus menggunakan sistem tersebut. Penelitian ini variabel *social influence* digunakan dalam menentukan pengaruh dari individu suatu kelompok dalam memengaruhi seorang individu dalam menggunakan layanan aplikasi GoApotik. Pada tahap awal adopsi teknologi, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki dampak positif (Gao et al., 2015). Sehingga peneliti menguji hubungan *effort social influence* terhadap *behavioral intention* yang dimoderator oleh *age* dan *gender*.

Facilitating conditions menurut Venkatesh et al. (2003, p. 454), yaitu “*the degree to which an individual believes that an organizational and technical infrastructure exists to support use of the system*”. Dalam penelitian ini, *facilitating conditions* adalah sebuah ukuran apakah infrastruktur dan fasilitas yang tersedia dapat mendukung dalam penggunaan layanan aplikasi GoApotik. Sehingga peneliti menguji hubungan *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* yang dimoderator oleh *age* dan *gender*.

Venkatesh et al. (2012, p. 161) dalam Permatasari dan Tunjungsari (2020) menjelaskan bahwa “*hedonic motivation is defined as the fun or pleasure derived from using a technology, and it has been shown to play an important role in determining technology acceptance and use*”. Dalam penelitian ini, *hedonic motivation* juga dapat menggambarkan tingkat kesenangan maupun kepuasan yang didapat setelah menggunakan aplikasi GoApotik. Sehingga peneliti menguji hubungan *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* yang dimoderator oleh *age* dan *gender*.

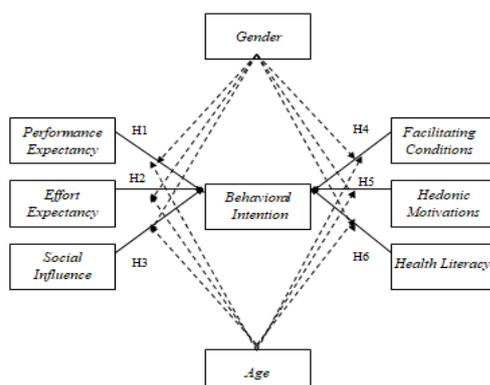
Literasi kesehatan didefinisikan sebagai keterampilan pribadi, kognitif, dan sosial yang menentukan kemampuan individu untuk mendapatkan akses, memahami, dan menggunakan informasi untuk mempromosikan dan memelihara kesehatan yang baik (Nutbeam, 2000, p. 263). *Health literacy* mendorong individu untuk meningkatkan status kesehatan yang dilaporkan sendiri, mencari biaya perawatan kesehatan yang lebih rendah, dan memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru yang memengaruhi perawatan diri. Sehingga peneliti menguji hubungan *health literacy* terhadap *behavioral intention* yang dimoderator oleh *age* dan *gender*.

Behavioral intention menunjukkan seberapa jauh individu dalam menggunakan sebuah teknologi tertentu di masa depan, dan hal ini dapat dilihat pada keinginan individu tersebut dalam penggunaan teknologi tersebut (Indrawati & Haryoto, 2015). *Behavioral intention* ialah bagaimana kemungkinan individu dalam melakukan perilaku penggunaan sebuah teknologi. Dalam kasus aplikasi GoApotik, *behavioral intention* memiliki kegunaan, yakni dalam mengukur ketertarikan pengguna pada layanan aplikasi GoApotik.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan dua sumber data, yakni data primer. Perolehan data primer pada penelitian ini, yakni dengan cara penyebaran kuesioner *online* melalui Google Form. Serta data sekunder pada penelitian ini didapat dari berbagai buku, jurnal, artikel, berita, serta media lainnya. Penelitian ini menggunakan teknik survei melalui penyebaran kuesioner Google Form sebagai teknik pengumpulan data. Penelitian dilakukan dengan periode pengumpulan data dari bulan Agustus 2021 sampai dengan November 2021. Total responden yang didapat dalam penelitian ini sebesar 246 responden. Variabel-variabel yang ada pada penelitian ini, yakni sebagai berikut:

Gambar 2
Variabel Penelitian



Sumber: Peneliti (2022)

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan cara menggambarkan maupun membuat deskripsi data yang telah terkumpul tanpa mempunyai maksud membuat kesimpulan secara umum atau generalisasi (Sudaryono, 2018). Penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian validitas mengukur dua indikator yang harus dilakukan, yaitu *convergent validity* dimana skala pengukuran dengan nilai *loading* 0,5 hingga 0,6 sudah dianggap cukup memadai dan *discriminant validity* (Henseler et al., 2009; Ringle et al., 2012; Urbach & Ahlemann, 2010). Kuncoro (2013) mengatakan bahwa konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran) ditunjukkan oleh reliabilitas. Jawaban responden dari suatu kuesioner yang menunjukkan konsistensi atau stabil dapat dikatakan reliabel, terlebih apabila memiliki alpha yang lebih besar atau sama dengan 0,6 ($\alpha \geq 0,6$). Peneliti menggunakan teknik multivariat dependen dengan menggunakan model persamaan struktural. Latan (2012) dalam Sudaryono (2017:394) menjelaskan bahwa “model persamaan struktural merupakan suatu teknik analisis multivariat generasi kedua yang menggabungkan antara analisis faktor-faktor dan analisis jalur sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji dan mengestimasi secara simultan hubungan antara *multiple exogenous* dan *endogenous* variable dengan banyak indikator”.

HASIL DAN KESIMPULAN

Dari keseluruhan 246 responden, dimana persentase kategori usia dalam penelitian ini, kategori usia 25-35 tahun lebih banyak dengan persentase 65% dibandingkan kategori usia 36-60 tahun memiliki persentase sebesar 21% dan usia 15-24 tahun memiliki persentase sebesar 14%. Sedangkan persentase pengguna aplikasi GoApotik berjenis kelamin wanita lebih banyak dengan angka 56%, dengan total responden 140 orang, dimana jenis kelamin pria lebih sedikit dengan persentase 44%, dengan total responden 106 orang.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel dengan skor tertinggi adalah variabel *behavioral intention* dan *health literacy* dengan angka 79,32%, dimana peringkat ketiga adalah variabel *facilitating condition* dengan angka 77,97% dan variabel yang mendapatkan skor terendah adalah variabel *social influence* dengan angka 63,66%. Enam dari tujuh variabel dalam penelitian ini, masuk dalam kategori Tinggi dimana 1 variabel lainnya masuk dalam kategori cukup tinggi. Berikut data hasil analisis deskriptif pada Tabel 1.

Tabel 1

Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Rata-rata Skor	Skor Maksimal	Persentase	Kategori
<i>Performance Expectancy</i>	939,2	1230	76,36%	Tinggi
<i>Effort Expectancy</i>	931,8	1230	75,76%	Tinggi
<i>Social Influence</i>	783	1230	63,66%	Cukup
<i>Facilitating Conditions</i>	959	1230	77,97%	Tinggi
Hedonic Motivation	849,2	1230	69,04%	Tinggi
<i>Health Literacy</i>	975,6	1230	79,32%	Tinggi
<i>Behavioral Intention</i>	975,6	1230	79,32%	Tinggi

Sumber: Peneliti (2022)

Terdapat dua tahap yang harus dilakukan dalam tahap pengujian model pengukuran, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, dimana terdapat tiga indikator yang harus dilakukan, yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *reliability* (Henseler et al., 2009; Indrawati et al., 2017, p. 69; Ringle et al., 2012). Peneliti menggunakan *software* SmartPLS 3.0 dalam penelitian ini untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas.

Tabel 2
Hasil Uji Convergent Validity

Variabel Laten	Nilai AVE (Average Variance Extracted)
<i>Performance Expectancy</i>	0,594
<i>Effort Expectancy</i>	0,627
<i>Social Influence</i>	0,594
<i>Facilitating Conditions</i>	0,607
Hedonic Motivation	0,606
<i>Health Literacy</i>	0,624
<i>Behavioral Intention</i>	0,602

Sumber: Peneliti (2022)

Setelah melakukan kalkulasi AVE menggunakan *software* SmartPLS 3.0, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang ada pada penelitian ini memenuhi kriteria *convergent validity*, dikarenakan seluruh nilai AVE di setiap variabel bernilai di atas 0,50.

Tabel 3
Hasil Uji Discriminant Validity

	BI	EE	FC	HL	HM	PE	SI
BI1	0,734	0,474	0,497	0,584	0,411	0,499	0,218
BI2	0,775	0,531	0,562	0,594	0,386	0,509	0,315
BI3	0,808	0,496	0,551	0,608	0,347	0,489	0,304
BI4	0,832	0,547	0,519	0,613	0,373	0,473	0,304
BI5	0,723	0,432	0,439	0,494	0,308	0,402	0,275
EE1	0,559	0,759	0,579	0,572	0,477	0,642	0,385
EE2	0,507	0,770	0,583	0,548	0,454	0,516	0,264
EE3	0,443	0,791	0,584	0,490	0,396	0,580	0,355
EE4	0,501	0,809	0,621	0,522	0,452	0,578	0,399
EE5	0,515	0,828	0,588	0,511	0,454	0,608	0,349
FC1	0,537	0,585	0,733	0,584	0,450	0,491	0,373
FC2	0,509	0,612	0,766	0,564	0,424	0,577	0,300
FC3	0,544	0,604	0,830	0,581	0,370	0,558	0,374
FC4	0,512	0,594	0,815	0,589	0,403	0,534	0,356
FC5	0,480	0,510	0,747	0,535	0,330	0,534	0,279
HL1	0,574	0,509	0,594	0,749	0,455	0,548	0,315
HL2	0,635	0,563	0,639	0,813	0,458	0,611	0,342
HL3	0,561	0,474	0,481	0,719	0,453	0,524	0,318
HL4	0,563	0,553	0,571	0,827	0,414	0,569	0,281
HL5	0,616	0,545	0,600	0,833	0,397	0,587	0,288
HM1	0,352	0,434	0,480	0,475	0,672	0,431	0,338
HM2	0,421	0,500	0,486	0,482	0,823	0,492	0,328
HM3	0,302	0,408	0,291	0,356	0,778	0,341	0,369
HM4	0,352	0,414	0,306	0,376	0,812	0,360	0,227
HM5	0,388	0,437	0,388	0,436	0,797	0,442	0,344
PE1	0,492	0,564	0,535	0,565	0,409	0,786	0,276
PE2	0,498	0,504	0,469	0,525	0,413	0,751	0,222
PE3	0,431	0,557	0,516	0,533	0,353	0,717	0,396
PE4	0,465	0,615	0,579	0,549	0,444	0,785	0,395
PE5	0,473	0,620	0,568	0,605	0,449	0,811	0,314
SI1	0,326	0,397	0,430	0,355	0,254	0,388	0,686
SI2	0,284	0,374	0,367	0,311	0,353	0,366	0,784
SI3	0,259	0,278	0,253	0,221	0,274	0,263	0,798
SI4	0,280	0,345	0,342	0,326	0,362	0,295	0,820
SI5	0,236	0,283	0,233	0,267	0,345	0,237	0,758

Sumber: Peneliti (2022)

Seperti data yang ada pada Tabel 3, nilai *cross loading* pada setiap indikator memiliki nilai yang lebih besar dengan variabelnya dibandingkan dengan indikator dari konstruk blok lainnya, maka seluruh item dalam penelitian ini telah memiliki *discriminant validity*.

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

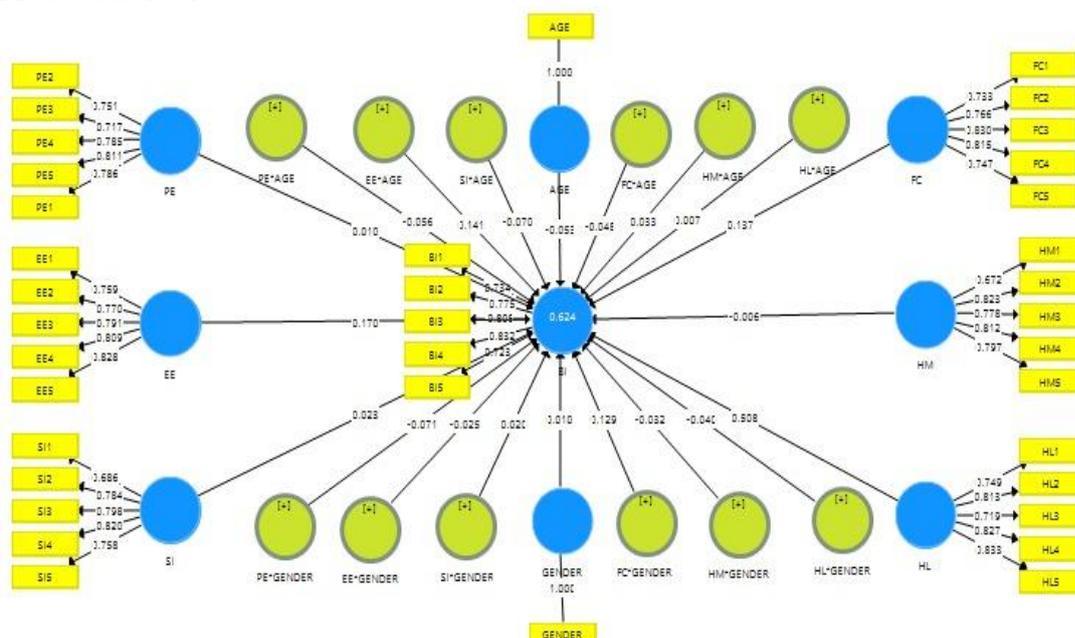
Variabel Laten	Cronbach's Alpha (CA)	Composite Reliability (CR)	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>	0,828	0,879	<i>Reliable</i>
<i>Effort Expectancy</i>	0,851	0,893	<i>Reliable</i>
<i>Social Influence</i>	0,829	0,879	<i>Reliable</i>
<i>Facilitating Conditions</i>	0,837	0,885	<i>Reliable</i>
<i>Hedonic Motivation</i>	0,836	0,884	<i>Reliable</i>
<i>Health Literacy</i>	0,848	0,892	<i>Reliable</i>
<i>Behavioral Intention</i>	0,834	0,883	<i>Reliable</i>

Sumber: Peneliti (2022)

Tabel 4 menunjukkan nilai uji reliabilitas menggunakan metode *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Item dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas (*reliability*), dikarenakan nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* pada tiap variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,7. Berdasarkan seluruh uji yang telah dilakukan dari validitas dan reliabilitas, maka penelitian ini telah memenuhi kriteria yang ditentukan. Maka dari itu, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa seluruh variabel dan indikator dalam penelitian ini *valid* dan *reliable*.

Pengujian kedua pada PLS adalah *inner model* atau biasa disebut pengujian model struktural (*assessment of the structural model*), dimana tujuan dari pengukuran model struktural ini adalah untuk menguji pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *path*, apakah pengaruh tersebut signifikan atau tidak, dengan melihat nilai t dari nilai *path*, yang dapat diperoleh dengan melakukan *bootstrapping* (Indrawati et al., 2017).

Gambar 3
Model Struktural



Sumber: Peneliti (2022)

Hasil pengujian model struktural, koefisien *path* dan nilai *t*, ditampilkan pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5
Hasil Pengujian Model Struktural

No	Paths	Path Coefficient	Nilai t
1	PE -> BI	0,437	0,160
2	EE -> BI	0,025	1,970
3	SI -> BI	0,327	0,447
4	FC -> BI	0,038	1,782
5	HM -> BI	0,458	0,106
6	HL -> BI	0,000	7,520

Sumber: Peneliti (2022)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan signifikansi pada tingkat kepercayaan 95%, dengan menggunakan pengujian *one-tailed test*. Dengan $\alpha = 0,05$ maka diperoleh *t*-hitung 1,65. Berdasarkan uraian sebelumnya, diketahui bahwa H_a diterima apabila $t \geq 1,65$. Artinya, terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, maka dari itu H_a diterima.

Selain itu, pengaruh dari variabel laten dependen yang terhadap variabel laten independen juga dapat terlihat melalui persentase varian yang dijelaskan, yaitu R^2 . Dalam penelitian ini, dari variabel dependen *behavioral intention* ditampilkan pada Tabel 6 berikut:

Tabel 6
Hasil R^2 Variabel Dependen

Variabel Laten	R Square
<i>Behavioral Intention</i>	0,624

Sumber: Peneliti (2022)

Dari nilai R^2 yang terdapat pada Tabel 6, maka nilai R^2 pada konstruk variabel dependen *behavioral intention* adalah sebesar 0,624, yang berarti variabel *behavioral intention* dipengaruhi sebesar 62,4% oleh variabel *effort expectancy*, *facilitating conditions*, dan *health literacy*. Sedangkan pengaruh sebesar 37,60% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil R^2 juga menggambarkan bahwa model terindikasi “moderat” dikarenakan nilai yang didapat masuk dalam indikasi “moderat” (Indrawati et al., 2017, p. 71).

Pengujian pengaruh variabel moderasi *age* pada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *software* SmartPLS 3 dengan metode *bootstrapping*. Data sampel telah dipisahkan menjadi tiga kelompok, yaitu 15-24 tahun, 25-35 tahun, dan 36-60 tahun. Tabel 7 berikut ini menunjukkan nilai *path coefficients* dan *standard error*.

Tabel 7
Nilai Path Coefficients dan Standard Error dari Kelompok Usia

Paths	15-24 tahun		25-35 tahun		36-60 tahun	
	Path Coefficient	Standard Error	Path Coefficient	Standard Error	Path Coefficient	Standard Error
EE -> BI	0,434	0,163	0,006	0,086	0,097	0,167
FC -> BI	0,062	0,211	0,034	0,079	0,292	0,198
HL -> BI	0,025	0,242	0,000	0,070	0,000	0,139

Sumber: Peneliti (2022)

Selain itu, Tabel 8 berikut menunjukkan hasil kalkulasi menggunakan metode Chin (Chin, 2000):

Tabel 8**Nilai t Hasil Perbandingan dari Paths**

Paths	Nilai t dari paths
EE -> BI	1,620
FC -> BI	0,533
HL -> BI	0,098

Sumber: Peneliti (2022)

Tabel 8 di atas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan mengenai usia pada penelitian mengenai hubungan pada variabel dalam penelitian aplikasi GoApotik ini. Dari hasil pengujian di atas, maka hipotesis yang dapat disimpulkan adalah pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* dimoderator oleh *age*. Ketiga kategori usia memiliki persepsi yang berbeda pada faktor-faktor yang bersangkutan. Maka dari itu, dapat diartikan bahwa dalam hal kebiasaan terhadap peminatan penggunaan aplikasi GoApotik dipengaruhi oleh perbedaan usia.

Pengujian pengaruh variabel moderasi gender pada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, dimana dilakukan menggunakan *software* SmartPLS 3 dengan metode *bootstrapping*. Data sampel telah dipisahkan menjadi dua kelompok, yaitu laki-laki dan perempuan. Tabel 9 berikut menunjukkan nilai *path coefficients* dan *standard error*.

Tabel 9**Nilai Path Coefficients dan Standard Error dari Kelompok Gender**

Paths	Pria		Perempuan	
	Path Coefficient	Standard Error	Path Coefficient	Standard Error
EE -> BI	0,006	0,104	0,085	0,092
FC -> BI	0,394	0,104	0,006	0,100
HL -> BI	0,000	0,081	0,000	0,092

Sumber: Peneliti (2022)

Selain itu, Tabel 10 berikut menunjukkan hasil kalkulasi menggunakan metode Chin (Chin, 2000):

Tabel 10**Nilai t Hasil Perbandingan dari Paths**

Paths	Nilai t dari paths
EE -> BI	0,265
FC -> BI	1,738
HL -> BI	0,537

Sumber: Peneliti (2022)

Tabel 10 di atas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan mengenai jenis kelamin laki-laki ataupun perempuan pada penelitian mengenai hubungan pada variabel dalam penelitian aplikasi GoApotik ini. Pada penelitian ini, hanya pengaruh antara variabel *facilitating condition* terhadap variabel *behavioral intention* yang dimoderatori oleh variabel gender. Artinya, pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavioral intention* memiliki persepsi yang sama pada pengguna laki-laki ataupun perempuan.

Berdasarkan hasil penelitian maka didapatkan hasil 3 variabel yang memiliki pengaruh, yaitu *effort expectancy*, *facilitating condition*, dan *health literacy*. *Effort expectancy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Sabbir et al. (2020) mengenai *online pharmacy adoption*, dimana menggunakan aplikasi apotek *online* itu mudah, sederhana, dan jelas sehingga digunakan oleh masyarakat. Sejalan dengan penelitian Srivastava dan Raina (2020) mengenai penggunaan

apotek *online* di India, dimana pengguna dapat mudah mendapatkan kebutuhan obat hanya dengan menunggu di rumah dan obat dikirimkan langsung ke rumah pelanggan.

Facilitating condition merupakan variabel yang mengukur individu bahwa fasilitas dan infrastruktur yang ada mendukung terhadap penggunaan suatu sistem. Dalam penelitian ini, memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Hal ini membuktikan bahwa minat penggunaan aplikasi GoApotik dipengaruhi oleh sumber daya atau perangkat yang dimiliki oleh pengguna, seperti *smartphone* dan koneksi internet. Sejalan dengan penelitian Alam et al. (2020) mengenai adopsi layanan mHealth di negara berkembang, dimana *facilitating condition* berpengaruh positif dan signifikan. Oleh karena itu, layanan terkait teknologi lainnya seperti belanja *online* (Soh et al., 2020) dan pembayaran digital (Sivathanu, 2019), infrastruktur organisasi dan teknis yang memadai (misalnya platform teknologi yang ditingkatkan) akan berdampak signifikan dalam mengadopsi apotek *online*.

Health literacy memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sabbir et al. (2020) mengenai *online pharmacy adoption*, dimana apotek *online* memiliki risiko yang berbeda, seperti kualitas obat yang buruk dan pemberian obat yang salah yang dapat berdampak buruk pada kesehatan, pengetahuan dasar tentang masalah kesehatan sehari-hari diperlukan.

Performance expectancy memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap *behavioral intention*. Ini berarti bahwa pengguna aplikasi GoApotik tidak memiliki ekspektasi yang tinggi dengan aplikasi kesehatan ini karena terdapat beberapa aplikasi kesehatan yang menawarkan layanan kesehatan secara digital. Hasil temuan ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Srivastava dan Raina (2020) mengenai *consumer's usage and adoption of e-pharmacy in India*, yang menyatakan positif dan signifikan. Selain itu, sejalan dengan penelitian sebelumnya, variabel *performance expectancy* telah terbukti memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap *behavioral intention*.

Hedonic motivation memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap *behavioral intention*. Itu berarti bahwa *hedonic motivation*, yaitu variabel mengenai tingkat kesenangan atau kepuasan yang didapat setelah menggunakan layanan, tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi GoApotik. Hal tersebut disebabkan karena semakin berkurang daya tarik *user* dalam penggunaan aplikasi GoApotik dikarenakan banyaknya teknologi untuk tujuan lebih pragmatis yaitu efisiensi atau efektivitas.

Social influence memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap *behavioral intention*. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Indrawati et al. (2017) mengenai adopsi layanan aplikasi *instant messenger* di Indonesia dan Malaysia, dimana untuk responden Malaysia, pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* tidak signifikan. Hal ini dikarenakan aplikasi GoApotik bukanlah aplikasi media sosial yang membutuhkan komunikasi dua arah. Selain itu, preferensi konten yang dinikmati cenderung berbeda-beda sehingga penggunaan perilaku penggunaan aplikasi GoApotik tidak dipengaruhi oleh orang lain.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan hasil analisis, maka peneliti akan menyimpulkan hasil penelitian ini. *Behavioral intention* mendapatkan nilai sebesar 79,32%, dimana masuk dalam kategori Tinggi. Ini berarti ada kemungkinan tinggi dimana individu akan menggunakan aplikasi GoApotik di masa yang akan datang. Berdasarkan model UTAUT2 yang telah dimodifikasi, faktor-faktor yang memengaruhi *behavioral intention* konsumen pada penggunaan aplikasi GoApotik di Indonesia adalah *effort expectancy*, *facilitating condition*, dan *health literacy*. Perbedaan gender berpengaruh pada faktor *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi GoApotik di Indonesia. Sedangkan, perbedaan *age* berpengaruh pada faktor pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi GoApotik di Indonesia. Penelitian ini dapat digunakan untuk memprediksi *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi GoApotik di Indonesia

dikarenakan alat pengukuran tingkat variasi perubahan dalam penelitian ini sebesar 62,40% dan model dalam penelitian ini ada pada kategori moderat.

SARAN

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, di antaranya proporsi responden yang tidak sama dan pengumpulan data yang hanya berasal dari satu periode. Berdasarkan keterbatasan tersebut, peneliti memiliki saran untuk penelitian selanjutnya, seperti menggunakan variabel moderasi lain dikarenakan pada penelitian ini (*price value*, *perceived trust*, dan *perceived reliability*), variabel gender dan *age* tidak memiliki perbedaan signifikan pada pengaruh seluruh faktor-faktor yang ada pada model UTAUT2 yang telah dimodifikasi terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi GoApotik di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, M. Z., Hoque, M. R., Hu, W., & Barua, Z. (2020). Factors influencing the adoption of mHealth services in a developing country: A patient-centric study. *International Journal of Information Management*, 50, 128–143. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.04.016>
- Chin, W. (2000). Partial Least Squares for IS researchers: An overview and presentation of recent advances using the PLS approach. *Proceedings of the 21st International Conference on Information Systems, ICIS 2000*, 741–742.
- Gao, H., Korn, J. M., Ferretti, S., Monahan, J. E., Wang, Y., Singh, M., Zhang, C., Schnell, C., Yang, G., Zhang, Y., Balbin, O. A., Barbe, S., Cai, H., Casey, F., Chatterjee, S., Chiang, D. Y., Chuai, S., Cogan, S. M., Collins, S. D., ... Sellers, W. R. (2015). High-throughput screening using patient-derived tumor xenografts to predict clinical trial drug response. *Nature Medicine*, 21(11), 1318–1325. <https://doi.org/10.1038/nm.3954>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In R. R. Sinkovics & P. N. Ghauri (Eds.), *Advances in International Marketing* (Vol. 20, pp. 277–319). Emerald Group Publishing. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Indrawati, & Haryoto, K. S. (2015). The use of modified theory of acceptance and use of technology 2 to predict prospective users' intention in adopting TV streaming. *Proceedings of the 5th International Conference on Computing and Informatics, ICOCI 2015*, 125, 206–215. <https://repo.uum.edu.my/id/eprint/15548/1/PID125.pdf>
- Indrawati, Raman, M., Wai, C. K., Ariyanti, M., Mansur, D. M., Marhaeni, G. A. M. M., Tohir, L. M., Gaffar, M. R., Has, M. N., & Yuliansyah, S. (2017). *Perilaku konsumen individu dalam mengadopsi layanan berbasis teknologi informasi dan komunikasi* (N. F. Atif (ed.)). Refika Aditama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (14th ed.). Pearson Education.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi: Bagaimana meneliti dan menulis tesis?* (W. Hardani (ed.); 4th ed.). Erlangga.
- Latan, H. (2012). *Structural Equation Modeling: Konsep dan aplikasi menggunakan Program LISREL 8.80*. Alfabeta.
- Nutbeam, D. (2000). Health literacy as a public health goal: A challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century. *Health Promotion International*, 15(3), 259–267. <https://doi.org/10.1093/heapro/15.3.259>
- Permatasari, A. M., & Tunjungsari, H. K. (2020). Analisis behavioral intention pada layanan aplikasi RCTI+. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(5), 199–204. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i5.9212>
- Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Straub, D. W. (2012). Editor's comments: A critical look at the use of PLS-SEM in "MIS Quarterly." *MIS Quarterly*, 36(1), iii–xiv. <https://doi.org/10.2307/41410402>

- Sabbir, M. M., Islam, M., & Das, S. (2020). Understanding the determinants of online pharmacy adoption: A two-staged SEM-neural network analysis approach. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 12(4), 666–687. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2020-0108>
- Sivathanu, B. (2019). Adoption of digital payment systems in the era of demonetization in India: An empirical study. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 143–171. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2017-0033>
- Soh, P. Y., Heng, H. B., Selvachandran, G., Anh, L. Q., Chau, H. T. M., Son, L. H., Abdel-Baset, M., Manogaran, G., & Varatharajan, R. (2020). Perception, acceptance and willingness of older adults in Malaysia towards online shopping: A study using the UTAUT and IRT models. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*. <https://doi.org/10.1007/s12652-020-01718-4>
- Srivastava, M., & Raina, M. (2020). Consumers' usage and adoption of e-pharmacy in India. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 15(2), 235–250. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-01-2020-0006>
- Sudaryono. (2018). *Metodologi penelitian* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Urbach, N., & Ahlemann, F. (2010). Structural equation modeling in information systems research using partial least squares. *Journal of Information Technology Theory and Application (JITTA)*, 11(2), 5–40. <http://aisel.aisnet.org/jitta/vol11/iss2/2>
- Utomo, W. P. (2019). Indonesia millennial report 2019. *IDN Research Institute*, 108. <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-report-2019-by-idn-times.pdf>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>