

## **Meningkatkan *Intention To Use* Aplikasi *Mobile JKN* Melalui *Perceived Usefulness* Dan *Attitude Towards Use* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Pengguna Aplikasi *Mobile JKN* Segmen Pekerja Penerima Upah Badan Usaha di Wilayah BPJS Kesehatan Cabang Serang)**

**Wawan Wahyudi<sup>1</sup>, Moh. Mukhsin<sup>2</sup>, Hayati Nopus<sup>3</sup>**

Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Sultan Ageng Tirtayasa  
wawanwahyudi@yahoo.com<sup>1</sup>, muhsin\_2010@yahoo.co.id<sup>3</sup>, hnnufus77@untirta.ac.id<sup>3</sup>

### **Abstract**

*This study aims to examine and analyze the effect of perceived ease to use and subjective norms on intention to use with perceived usefulness and attitude towards use as an intervening variable (a study on users of the JKN mobile application segment of workers receiving corporate wages in the Serang Branch of BPJS Kesehatan). The data collection methods used are library research and field studies by distributing questionnaires to 190 users of the JKN mobile application for the segment of workers who receive wages for business entities in the Serang Branch of BPJS Kesehatan using proportional random sampling techniques. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS software. The results of this study indicate that perceived ease to use has a negative and insignificant effect on intention to use; subjective norm has a positive and significant effect on intention to use; perceived ease to use has a positive and significant effect on perceived usefulness; perceived ease to use has a positive and significant effect on attitude towards use; subjective norm has a positive and significant effect on perceived usefulness; Subjective norm has a positive and significant effect on attitude towards use; perceived usefulness has a positive and significant effect on intention to use; and attitude towards use has a positive and significant effect on intention to use.*

**Keyword** : *Perceived Ease To Use, Subjective Norm, Perceived Usefulness, Attitude Towards Use, Intention To Use*

---

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *perceived ease to use* dan *subjective norm* terhadap *intention to use* dengan *perceived usefulness* dan *attitude towards use* sebagai variabel *intervening* (studi pada pengguna aplikasi *mobile JKN* segmen pekerja penerima upah badan usaha di wilayah BPJS Kesehatan Cabang Serang). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan dan studi lapangan dengan menyebarkan kuesioner kepada 190 pengguna aplikasi *mobile JKN* segmen pekerja penerima upah badan usaha di wilayah BPJS Kesehatan Cabang Serang menggunakan teknik *proportional random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software SmartPLS*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *intention to use*; *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*; *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*; *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use*; *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*; *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use*; *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*; dan *attitude towards use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

**Kata Kunci** : *Perceived Ease To Use, Subjective Norm, Perceived Usefulness, Attitude Towards Use, Intention To Use*

## Pendahuluan

Di era digitalisasi saat ini, perkembangan teknologi yang semakin pesat mendukung keberhasilan sebuah organisasi dalam persaingan bisnis. Karena itu perkembangan teknologi informasi tidak hanya dimanfaatkan oleh sektor swasta, tetapi dimanfaatkan juga oleh sektor pemerintah dalam memberikan pelayanan publik. Penyelenggara pelayanan publik berupaya untuk menciptakan inovasi kemudahan pelayanan yang berbasis teknologi, salah satunya yaitu aplikasi *mobile* yang dapat diunduh dan diakses melalui ponsel pintar (*smartphone*). Penyelenggara pelayanan publik yang sudah meluncurkan aplikasi *mobile* tidak lagi mengandalkan pelayanan yang bersifat konvensional, masyarakat bisa mendapatkan pelayanan melalui aplikasi *mobile* kapan saja dan dimana saja tanpa harus datang langsung ke Kantor. Namun tidak semua teknologi baru dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat, karena proses penerimaan teknologi baru membutuhkan waktu dan penyesuaian (Juhri & Dewi, 2017). Karena itu keberhasilan implementasi teknologi ditentukan oleh faktor pengguna, yaitu niat untuk menggunakan teknologi (Devi *et al.*, 2018).

Berdasarkan *Theory of Reasoned Action (TRA)* dan *Technology Acceptance Model (TAM)*, beberapa faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan teknologi adalah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), sikap (*attitude towards use*), persepsi kemudahan (*perceived ease to use*) dan norma subjektif (*subjective norm*). *Perceived usefulness* merupakan penentu yang kuat terhadap penerimaan penggunaan suatu sistem informasi, adopsi, dan perilaku para pengguna (Rahayu, 2015). Seorang yang merasa yakin bahwa layanan aplikasi *mobile* berguna cenderung akan menerima dengan baik layanan aplikasi *mobile* dan akan terdorong untuk terus menggunakan layanan aplikasi *mobile* jika layanan tersebut dianggap mampu memenuhi kebutuhannya dan memberikan keuntungan dimasa mendatang (Pratama *et al.*, 2019).

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS Kesehatan) merupakan badan hukum publik yang bertanggung jawab langsung kepada presiden dan memiliki tugas untuk menyelenggarakan program jaminan kesehatan nasional berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional dan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial. Dalam rangka meningkatkan pelayanan terhadap peserta Jaminan Kesehatan Nasional-Kartu Indonesia Sehat (JKN-KIS), BPJS Kesehatan meluncurkan aplikasi *mobile* JKN pada tanggal 15 November 2017. Aplikasi *mobile* JKN merupakan bentuk transformasi digital model bisnis BPJS Kesehatan yang semula berupa kegiatan administratif dilakukan di kantor cabang atau fasilitas kesehatan, ditransformasi kedalam bentuk aplikasi yang dapat digunakan oleh peserta dimana saja kapanpun tanpa batasan waktu (Publikasi BPJS Kesehatan, 2017).

BPJS Kesehatan Cabang Serang merupakan salah satu kantor cabang BPJS Kesehatan yang berada di Provinsi Banten yang wilayah kerjanya mencakup lima Kabupaten/Kota, yaitu: Kota Serang, Kota Cilegon, Kabupaten Serang, Kabupaten Pandeglang dan Kabupaten Lebak. Sejak diluncurkannya aplikasi *mobile* JKN, BPJS Kesehatan Cabang Serang terus melakukan sosialisasi aplikasi *mobile* JKN. Namun tingkat *intention to use* aplikasi *mobile* JKN-nya masih rendah. Pada tahun 2017 jumlah pengguna sebanyak 13.269 atau 0,37% dari jumlah peserta terdaftar sebanyak 3.563.872 jiwa. Kemudian pada tahun 2018 jumlah pengguna sebanyak 44.929 atau 1,08% dari jumlah peserta terdaftar sebanyak 4.155.417 jiwa. Selanjutnya pada tahun 2019 jumlah pengguna sebanyak 105.222 atau 2,37% dari jumlah peserta terdaftar sebanyak 4.439.501 jiwa.

Segmen peserta JKN-KIS terdiri dari Penerima Bantuan Iuran dari Pemerintah Pusat (PBI APBN), Penerima Bantuan Iuran dari Pemerintah Daerah (PBI APBD), Pekerja Penerima Upah Penyelenggaraan Negara (PPU PN), Pekerja Penerima Upah Badan Usaha

(PPU BU), Pekerja Bukan Penerima Upah (PBPU) dan Bukan Pekerja (BP). Segmen peserta yang paling banyak menggunakan aplikasi *mobile* JKN adalah segmen PPU BU. Pada tahun 2017 peserta PPU BU yang menggunakan aplikasi *mobile* JKN sebanyak 7.563 atau 57% dari jumlah pengguna sebanyak 13.269. Sementara itu pada tahun 2018 peserta PPU BU yang menggunakan aplikasi *mobile* JKN sebanyak 24.568 atau 55% dari jumlah pengguna sebanyak 44.929. Dan pada tahun 2019 peserta PPU BU yang menggunakan aplikasi *mobile* JKN sebanyak 59.163 atau 56% dari jumlah pengguna sebanyak 105.222.

Peserta PPU BU paling banyak menggunakan aplikasi *mobile* JKN karena saat ini pelayanan bagi peserta PPU BU mengoptimalkan pelayanan melalui media elektronik, yaitu aplikasi elektronik badan usaha (e-dabu) yang hanya dapat diakses oleh penanggung jawab di Badan Usaha yang ditunjuk oleh Pimpinan Badan Usaha dan aplikasi *mobile* JKN yang diakses oleh peserta. Peserta PPU BU yang ingin melakukan perubahan data tidak bisa langsung ke Kantor BPJS Kesehatan. Perubahan harus melalui penanggung jawab di Badan Usahanya atau diproses langsung melalui aplikasi *mobile* JKN. Bahkan terdapat pelayanan yang hanya dapat dilakukan melalui aplikasi *mobile* JKN salah satunya adalah perubahan fasilitas kesehatan. Peserta PPU BU yang ingin melakukan perubahan fasilitas kesehatan harus memprosesnya melalui aplikasi *mobile* JKN. Meskipun demikian, sampai dengan akhir Desember 2019 peserta PPU BU yang menggunakan aplikasi *mobile* JKN masih rendah yaitu sebanyak 59.661 atau 9,7% dari jumlah peserta PPU BU sebanyak 614.924 jiwa.

Rendahnya niat menggunakan aplikasi *mobile* JKN peserta PPU BU salah satunya dikarenakan peserta merasa aplikasi *mobile* JKN belum berguna baginya jika tidak membutuhkan pelayanan kesehatan. Padahal banyak manfaat lain yang bisa didapatkan melalui aplikasi *mobile* JKN ketika peserta sehat atau tidak sedang membutuhkan pelayanan kesehatan diantaranya adalah informasi atau berita tentang kesehatan, informasi terbaru tentang JKN-KIS, skrining kesehatan dan yang terpenting adalah mengetahui status kepesertaannya. Jika terdapat data yang tidak sesuai seperti identitas peserta, maka harus segera dilakukan perubahan sebelum membutuhkan pelayanan. Karena ketidaksesuaian data identitas akan menghambat peserta dalam mendapatkan pelayanan kesehatan.

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya ditemukan adanya perbedaan hasil penelitian mengenai *perceived ease to use* terhadap *intention to use*. Hasil penelitian Nie & Amarayoun (2019), Alhassany & Faisal (2018) dan Takele & Sira (2011) menyatakan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Akan tetapi hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian lain yaitu Phan *et al* (2019) dan Liu (2012) menyatakan bahwa *perceived ease to use* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*. Hasil penelitian yang berbeda tersebut peneliti jadikan *research gap* yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, bagaimana sebenarnya pengaruh *perceived ease to use* terhadap *intention to use*.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *perceived ease to use* terhadap *intention to use*.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *subjective norm* terhadap *intention to use*.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh *perceived ease to use* terhadap *perceived usefulness*.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh *perceived ease to use* terhadap *attitude towards*.
5. Menguji dan menganalisis pengaruh *subjective norm* terhadap *perceived usefulness*.
6. Menguji dan menganalisis pengaruh *subjective norm* terhadap *attitude towards use*.
7. Menguji dan menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use*.
8. Menguji dan menganalisis pengaruh *attitude towards use* terhadap *intention to use*.

## Landasan Teori

*Theory of Reasoned Action* (TRA) pertama kali diperkenalkan oleh Fishbein and Azjen pada tahun 1975. Dalam model ini, setiap perilaku manusia diperkirakan dan dijelaskan melalui tiga komponen kognitif utama yaitu sikap (*attitude*), pengaruh sosial (*subjective norm*) dan niat (*intention*). Perilaku manusia harus sesuai dengan keinginan, sistematis, dan rasional (Taherdoost, 2018).

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Jogiyanto, 2008). TAM pertama dikembangkan oleh Davis pada tahun 1986 berdasarkan model TRA. Kelebihan TAM yang paling penting adalah TAM merupakan model parsimoni, yaitu model yang sederhana tetapi valid.

### **Intention To Use**

*Intention to use* merupakan suatu kecenderungan intensi dari pengguna untuk menggunakan teknologi yang diberikan (Loanata & Tileng, 2016). Sementara itu, Ismail (2016) mendefinisikan *intention to use* sebagai kemampuan pengguna untuk membuat atau mendukung keputusan sesuai dengan keinginan. Indikator *intention to use* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: niat untuk terus menggunakan, melakukan transaksi dengan menggunakan aplikasi, memberikan rekomendasi kepada orang lain.

### **Perceived Usefulness**

Davis dalam Phan *et al* (2019) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Sementara itu, menurut Loanata & Tileng (2016) *perceived usefulness* adalah tingkat dimana seseorang percaya menggunakan sebuah sistem tertentu dapat memberikan kegunaan bagi pengguna tersebut dalam melakukan sesuatu. *Perceived usefulness* merupakan penentu yang kuat terhadap penerimaan penggunaan suatu sistem informasi, adopsi, dan perilaku para pengguna (Rahayu, 2015). Indikator *perceived usefulness* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: meningkatkan efektivitas kerja, memudahkan pekerjaan, menghemat waktu, hemat biaya, proses cepat dan berguna.

### **Attitude Towards Use**

Menurut Nedra *et al* (2019) sikap merupakan evaluasi objek atau perilaku yang disukai atau tidak disukai seseorang. Teo & Zhou (2014) mendefinisikan sikap terhadap penggunaan (*attitude towards use*) sebagai sikap yang mengacu pada sejauh mana pengguna suka atau tidak suka menggunakan teknologi. *Attitude towards use* memiliki banyak kepentingan dalam memprediksi apakah pengguna benar-benar akan menggunakan atau menolak suatu sistem atau teknologi (Dixit & Prakash, 2018). Indikator *attitude towards use* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: ide menggunakan, menarik untuk digunakan, nyaman ketika menggunakan dan sikap positif dalam menggunakan aplikasi

### **Perceived Ease To Use**

Menurut Rogers dalam Phan *et al* (2019) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah tingkat dimana suatu inovasi dianggap tidak sulit untuk dipahami, dipelajari atau dioperasikan. Sementara itu, *perceive ease of use* menurut Rahayu (2015) merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*). Indikator *perceived ease of use* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: mudah dipelajari, mudah digunakan, interaksi yang jelas dan fleksibilitas interaksi.

### **Subjective Norm**

Menurut Jogianto dalam Danurdoro & Wulandari (2016) norma subyektif (*subjective norm*) adalah persepsi atau kepercayaan pandangan individu tentang orang lain

yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak terhadap perilaku yang sedang dipertimbangkan. Sementara itu, menurut Fishbein dan Ajzen dalam Bhatiassevi & Yoopetch (2015) *subjective norm* diartikan sebagai sejauh mana seseorang merasakan bahwa sebagian besar orang yang penting baginya berpikir dia harus atau tidak boleh menggunakan sistem. Indikator *subjective norm* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: rekomendasi dari orang-orang penting (anggota keluarga/ kerabat/ teman dekat/ rekan kerja/ atasan), pandangan manfaat dari orang-orang penting, ide dari orang-orang penting.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh *Perceived Ease To Use Terhadap Intention To Use***

*Perceived ease to use* merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi *intention to use* aplikasi *mobile*. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Nie & Amarayoun (2019) yang menyatakan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Hasil penelitian Alhassany & Faisal (2018) juga menyatakan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Selanjutnya hasil penelitian Takele & Sira (2011) menyatakan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

#### **Pengaruh *Subjective Norm Terhadap Intention To Use***

*Subjective norm* dapat mempengaruhi *intention to use* aplikasi *mobile*. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Phan *et al* (2019) yang menyatakan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Demikian juga hasil penelitian Ramos-de-Luna *et al* (2016) menyatakan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Hasil penelitian Takele & Sira (2011) menyatakan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

#### **Pengaruh *Perceived Ease To Use Terhadap Perceived Usefulness***

Ketika seseorang merasa mudah dalam menggunakan serta mempelajari suatu aplikasi *mobile* maka terbangunlah hubungan positif pada *perceived usefulness* (Akturan dan Tezcan dalam Kurniawati, 2017). Oleh karena itu *perceived ease to use* dapat mempengaruhi *perceived usefulness* aplikasi *mobile* JKN. Hal ini didukung juga oleh hasil penelitian Phan *et al* (2019) yang menyatakan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*. Hasil penelitian Ramos-de-Luna *et al* (2016) juga menyatakan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*. Selanjutnya hasil penelitian Liu (2012) menyatakan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.

#### **Pengaruh *Perceived Ease To Use Terhadap Attitude Towards Use***

*Perceived ease of use* merupakan tingkatan dimana aplikasi *mobile* dirasa mudah dipahami dan dioperasikan. Semakin pengguna merasa mudah ketika menggunakan serta mengoperasikan suatu aplikasi maka akan mempengaruhi *attitude* seseorang untuk menggunakannya (Kurniawati, 2017). Hal ini didukung oleh hasil penelitian Raza *et al* (2017) yang menyatakan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap



*attitude towards use*. Hasil penelitian Abadi *et al* (2012) juga menyatakan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use*. Selanjutnya hasil penelitian Takele & Sira (2011) menyatakan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use*.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H4: *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use*.

#### **Pengaruh Subjective Norm Terhadap Perceived Usefulness**

*Subjective norm* mempengaruhi *perceived usefulness* seseorang dalam menggunakan aplikasi *mobile*. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Alhassany & Faisal (2018) yang menyatakan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*. Kemudian hasil penelitian Teo & Zhou (2014) menyatakan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*. Dan hasil penelitian Liébana-Cabanillas *et al* (2017) juga menyatakan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H5: *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.

#### **Pengaruh Subjective Norm Terhadap Attitude Towards Use**

*Subjective norm* memiliki pengaruh terhadap *attitude towards use* aplikasi *mobile*. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Ramos-de-Luna *et al* (2016) yang menyatakan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use*. Selanjutnya Schierz *et al* (2010) menyatakan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use*. Hasil penelitian Nam *et al* (2017) juga menyatakan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use*.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H6: *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use*.

#### **Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Intention To Use**

Davis dalam Gunawan (2014) menyatakan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) mempunyai pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap minat seorang individu untuk menggunakan (*intention to use*) sistem informasi berdasarkan pada teknologi. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Phan *et al* (2019) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Hasil penelitian Nie & Amarayoun (2019) juga menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Selanjutnya hasil penelitian Liu (2012) menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H7: *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

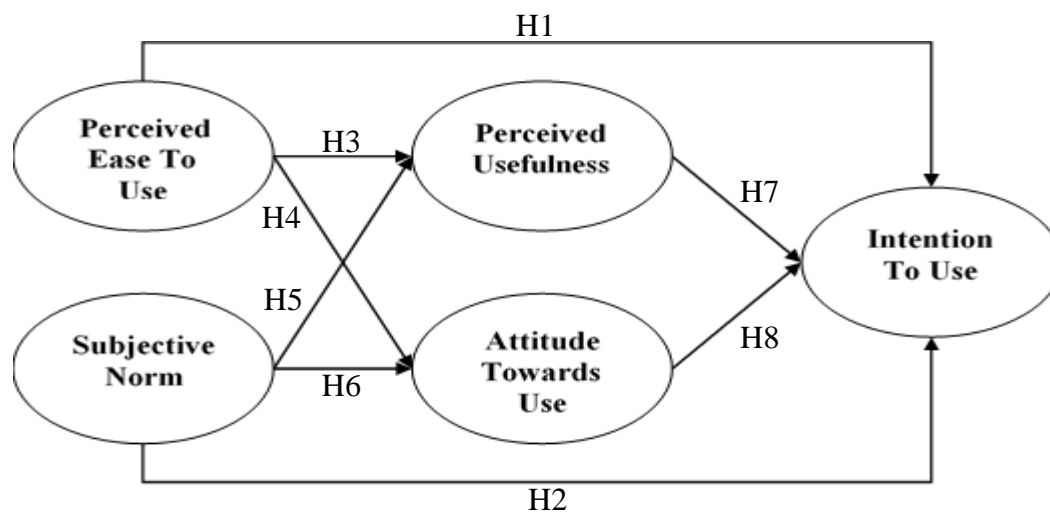
#### **Pengaruh Attitude Towards Use Terhadap Intention To Use**

*Attitude* seorang individu terhadap penggunaan aplikasi *mobile* dapat mempengaruhi *intention to use* aplikasi *mobile*. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Phan *et al* (2019) yang menyatakan bahwa *attitude towards use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Demikian juga hasil penelitian Raza *et al* (2017) menyatakan bahwa *attitude towards use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Dan hasil penelitian Takele & Sira (2011) menyatakan bahwa *attitude towards use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>8</sub>: *attitude towards use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

Gambar 1 Model Kerangka Penelitian



## Metode Penelitian

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi *mobile* JKN segmen Pekerja Penerima Upah Badan Usaha di wilayah BPJS Kesehatan Cabang Serang sebanyak 59.163 jiwa. Penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik yang dinamakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Menurut Ferdinand (2014) penentuan jumlah sampel untuk analisis SEM dapat menggunakan rumus jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah 19, maka jumlah sampel dalam penelitian ini 19x10 atau sebanyak 190 sampel.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *proportional random sampling*. Jumlah sampel dibagi menyesuaikan pada jumlah pengguna aplikasi *mobile* JKN segmen Pekerja Penerima Upah Badan Usaha berdasarkan Kabupaten/Kota di wilayah BPJS Kesehatan Cabang Serang. Rumus proporsi sampel sebagai berikut:

$$\text{Proporsi sampel} = \frac{\text{Jumlah pengguna di satu Kab/Kota}}{\text{Jumlah pengguna aplikasi mobile JKN}} \times \text{jumlah sampel}$$

### Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara, yaitu studi kepustakaan dan studi lapangan. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengadakan studi penelaahan terhadap literatur, jurnal, media daring, dan sumber terkait lainnya yang berhubungan dengan masalah penelitian. Studi lapangan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis sehingga membentuk suatu hasil penelitian yang sistematis.

### Metode Analisis

Dalam penelitian ini metode analisis data dengan menggunakan *software SmartPLS*. Menurut Jogiyanto dan Abdillah (2015) *Partial Least Square* (PLS) adalah analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran

digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas.

### Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan sebagai berikut:

1. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah *intention to use* (Y).

2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *perceived ease to use* (X<sub>1</sub>) dan *subjective norm* (X<sub>2</sub>).

3. Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi, dapat memperlemah atau memperkuat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, tetapi tidak dapat diukur atau diamati. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *intervening* adalah *perceived usefulness* (Z<sub>1</sub>) dan *attitude towards use* (Z<sub>2</sub>).

## Hasil dan Pembahasan

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, jabatan dan tahun terdaftar peserta JKN-KIS. Responden berdasarkan usia terdiri dari usia 15 s/d 20 tahun 2 orang (1%), usia 21 s/d 30 tahun 81 orang (43%), usia 31 s/d 40 tahun 64 orang (34%), 41 s/d 50 tahun 25 orang (13%) dan >50 tahun 18 orang (9%). Responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari laki-laki 108 orang (57%) dan perempuan 82 orang (43%). Responden berdasarkan pendidikan terakhir terdiri dari SMP 4 orang (2%), SMA/SMK 89 orang (47%), D1/D2/D3 21 orang (11%), S1 70 orang (37%) dan S2 6 orang (3%). Responden berdasarkan jabatan terdiri dari staf 161 orang (85%), asisten manager/setara 15 orang (8%), manager/setara 8 orang (4%), senior manager/setara 3 orang (2%) dan direktur/komisaris 3 orang (2%). Responden berdasarkan tahun terdaftar peserta JKN-KIS terdiri dari 2014 sebanyak 59 orang (31%), 2015 sebanyak 52 orang (27%), 2016 sebanyak 22 orang (12%), 2017 sebanyak 18 orang (9%), 2018 sebanyak 26 orang (14%) dan 2019 sebanyak 13 orang (7%).

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menjelaskan ukuran signifikansi dukungan hipotesis yang ditentukan di awal dengan melihat nilai probabilitas (*p-value*) dan nilai t-statistik (t-hitung) yang dibandingkan dengan nilai t-tabel. Dengan nilai alpha 5%, maka nilai probabilitas (*p-value*) adalah kurang dari 0,05 dan nilai t-tabel adalah lebih dari 1,96. Sehingga hipotesis akan diterima jika t-statistik > t-tabel (1,96) dan *p-value* < 0,05 begitu pun sebaliknya.



Tabel 1 Hasil Uji *Bootstrapping*

Variable	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
PEU -> ITU	-0,051	-0,042	0,060	0,850	0,396
SN -> ITU	0,083	0,079	0,036	2,279	0,024
PEU -> PU	0,737	0,729	0,084	8,808	0,000
PEU -> ATU	0,699	0,691	0,079	8,856	0,000
SN -> PU	0,202	0,211	0,092	2,197	0,029
SN -> ATU	0,243	0,253	0,085	2,861	0,005
PU -> ITU	0,440	0,438	0,110	4,013	0,000
ATU -> ITU	0,510	0,507	0,107	4,761	0,000

Sumber : *Output SmartPLS 3.2.9, 2020*

Hipotesis 1 yaitu *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai *original sample* (O) sebesar -0,051, nilai t-statistik sebesar 0,850 < nilai t-tabel sebesar 1,96 dan *p-value* sebesar 0,396 > 0,05 artinya bahwa *perceived ease to use* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *intention to use*, maka **hipotesis 1 (H<sub>1</sub>) ditolak**.

Hipotesis 2 yaitu *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai *original sample* (O) sebesar 0,083, nilai t-statistik sebesar 2,279 > nilai t-tabel sebesar 1,96 dan *p-value* sebesar 0,024 < 0,05 artinya bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*, maka **hipotesis 2 (H<sub>2</sub>) diterima**.

Hipotesis 3 yaitu *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*. Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai *original sample* (O) sebesar 0,737, nilai t-statistik sebesar 8,808 > nilai t-tabel sebesar 1,96 dan *p-value* sebesar 0,000 < 0,05 artinya bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*, maka **hipotesis 3 (H<sub>3</sub>) diterima**.

Hipotesis 4 yaitu *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use*. Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai *original sample* (O) sebesar 0,699, nilai t-statistik sebesar 8,856 > nilai t-tabel sebesar 1,96 dan *p-value* sebesar 0,000 < 0,05 artinya bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use*, maka **hipotesis 4 (H<sub>4</sub>) diterima**.

Hipotesis 5 yaitu *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*. Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai *original sample* (O) sebesar 0,202, nilai t-statistik sebesar 2,197 > nilai t-tabel sebesar 1,96 dan *p-value* sebesar 0,029 < 0,05, maka **hipotesis 5 (H<sub>5</sub>) diterima**.

Hipotesis 6 yaitu *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use*. Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai *original sample* (O) sebesar 0,243, nilai t-statistik sebesar 2,861 > nilai t-tabel sebesar 1,96 dan *p-value* sebesar 0,005 < 0,05 artinya bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use*, maka **hipotesis 6 (H<sub>6</sub>) diterima**.

Hipotesis 7 yaitu *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai *original sample* (O) sebesar 0,440, nilai t-statistik sebesar 4,013 > nilai t-tabel sebesar 1,96 dan *p-value* sebesar 0,000 < 0,05 artinya bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*, maka **hipotesis 7 (H<sub>7</sub>) diterima**.

Hipotesis 8 yaitu *attitude towards use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai *original sample* (O) sebesar 0,510, nilai t-statistik sebesar 4,761 > nilai t-tabel sebesar 1,96 dan *p-value* sebesar 0,000 < 0,05 artinya bahwa *attitude towards use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*, maka **hipotesis 8 (H<sub>8</sub>) diterima**.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh *Perceived Ease To Use* Terhadap *Intention To Use*

Hasil pengujian hipotesis atas arah pengaruh *perceived ease to use* terhadap *intention to use* adalah -0,051 sebagaimana diperlihatkan oleh koefisien jalurnya. Dilihat dari nilai t-statistik sebesar 0,850 lebih kecil dari t-tabel sebesar 1,96 dan nilai probabilitas sebesar sig 0,396 lebih besar dari nilai *probabilitas* 0,05 artinya tidak signifikan. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan dari variabel *perceived ease to use* terhadap *intention to use*. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Phan *et al* (2019) dan Liu (2012) yang menyatakan bahwa *perceived ease to use* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*.

Berdasarkan jawaban responden dalam kuesioner, variabel *perceived ease to use* menghasilkan nilai indeks yang tinggi yaitu 80,4 dan variabel *intention to use* juga menghasilkan nilai indeks yang tinggi yaitu sebesar 81. Namun walaupun rata-rata nilai indeks setiap indikator atau setiap variabel tinggi tidak berarti *perceived ease to use* berpengaruh atau signifikan terhadap *intention to use*, justru sebaliknya hasil penelitian ini memberikan hasil bahwa *perceived ease to use* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *intention to use*. Hal ini menjadi menarik, karena responden yang memiliki persepsi kemudahan dalam penggunaan aplikasi *mobile JKN* ternyata belum berniat untuk menggunakan aplikasi *mobile JKN* sebelum merasa percaya bahwa aplikasi *mobile JKN* berguna baginya. Hal konkrit yang sering terjadi ketika peserta mendapatkan sosialisasi aplikasi *mobile JKN* tidak langsung mendownload dan menggunakan aplikasi *mobile JKN* walaupun peserta sudah mengerti dan memahami penggunaannya.

### 2. Pengaruh *Subjective Norm* Terhadap *Intention To Use*

Hasil pengujian hipotesis atas arah pengaruh *subjective norm* terhadap *intention to use* adalah 0,083 sebagaimana diperlihatkan oleh koefisien jalurnya. Dilihat dari nilai t-statistik sebesar 2,279 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,96 dan nilai probabilitas sebesar sig 0,024 lebih kecil dari nilai *probabilitas* 0,05 artinya signifikan. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *subjective norm* terhadap *intention to use*. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Phan *et al* (2019), Ramos-de-Luna *et al* (2016) dan Takele & Sira (2011) yang menyatakan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

Selain itu, hasil jawaban responden pada kuesioner penelitian mengenai variabel *subjective norm* menghasilkan nilai indeks yang tinggi yaitu 78,3. Begitu juga dengan variabel *intention to use* menghasilkan nilai indeks yang tinggi yaitu sebesar 81. Berdasarkan pertanyaan terbuka mengenai variabel *subjective norm*, hampir seluruh responden menyatakan bahwa menggunakan *mobile JKN* atas rekomendasi orang lain. Responden terbanyak menjawab direkomendasikan oleh rekan kerja yaitu sebanyak 49,5% dan direkomendasikan oleh atasan sebanyak 20,5%. Hal ini berarti bahwa rekan kerja memberikan pengaruh yang lebih tinggi dalam penggunaan aplikasi *mobile JKN* peserta Pekerja Penerima Upah Badan Usaha dibandingkan dengan atasan. Dari jawaban terbuka responden dapat disimpulkan bahwa keputusan peserta untuk menggunakan aplikasi *mobile JKN* dipengaruhi oleh lain yang merekomendasikan dan memberikan pandangan bahwa

dengan menggunakan aplikasi *mobile* JKN banyak manfaat yang bisa didapatkan dalam memperoleh kemudahan pelayanan JKN.

### 3. Pengaruh *Perceived Ease To Use* Terhadap *Perceived Usefulness*

Hasil pengujian hipotesis atas arah pengaruh *perceived ease to use* terhadap *perceived usefulness* adalah 0,737 sebagaimana diperlihatkan oleh koefisien jalurnya. Dilihat dari nilai t-statistik sebesar 8,808 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,96 dan nilai probabilitas sebesar sig 0,000 lebih kecil dari nilai *probabilitas* 0,05 artinya signifikan. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *perceived ease to use* terhadap *perceived usefulness*. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Phan *et al* (2019), Ramos-de-Luna *et al* (2016) dan Liu (2012) menyatakan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.

Hasil jawaban kuesioner penelitian terhadap variabel *perceived ease to use* dan variabel *perceived usefulness* menghasilkan angka indeks yang sama-sama tinggi, yaitu *perceived ease to use* sebesar 80,4 dan *perceived usefulness* sebesar 82,1. Dari hasil jawaban terbuka mengenai variabel *perceived ease to use*, responden menyampaikan bahwa fitur-fitur aplikasi *mobile* JKN mudah dipelajari dan digunakan. Fitur yang paling mudah dipelajari yaitu fitur peserta sebanyak 46,8%, fitur info JKN sebanyak 24,7% dan fitur update data peserta sebanyak 22,6%. Selain itu 92,6% responden menyatakan bahwa interaksi dengan aplikasi *mobile* JKN jelas dan tidak ada kesulitan. Responden juga menyatakan bahwa aplikasi *mobile* JKN mudah diakses dimana saja dan kapan saja, 44,2% responden menjawab sering mengakses aplikasi *mobile* JKN di kantor dan 34,2% responden menjawab sering mengakses aplikasi *mobile* JKN di rumah. Hal ini diperkuat dengan jawaban responden mengenai variabel *perceived usefulness*, bahwa 98,4% responden menyatakan bahwa penggunaan aplikasi *mobile* JKN dapat meningkatkan efektifitas karena dapat diakses dimana saja dan kapan saja tanpa harus meninggalkan aktivitas yang sedang dilakukan. Berdasarkan hal tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kemudahan penggunaan aplikasi *mobile* JKN dapat mempengaruhi persepsi manfaat penggunaan aplikasi *mobile* JKN, karena peserta dapat dengan mudah mempelajari dan menggunakan aplikasi *mobile* JKN kapan saja dan dimana saja untuk mendapatkan kemudahan pelayanan JKN tanpa harus meninggalkan aktivitas yang sedang dilakukan.

### 4. Pengaruh *Perceived Ease To Use* Terhadap *Attitude Towards Use*

Hasil pengujian hipotesis atas arah pengaruh *perceived ease to use* terhadap *attitude towards use* adalah 0,699 sebagaimana diperlihatkan oleh koefisien jalurnya. Dilihat dari nilai t-statistik sebesar 8,856 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,96 dan nilai probabilitas sebesar sig 0,000 lebih kecil dari nilai *probabilitas* 0,05 artinya signifikan. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *perceived ease to use* terhadap *attitude towards use*. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Raza *et al* (2017), Abadi *et al* (2012) dan Takele & Sira (2011) yang menyatakan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use*.

Berdasarkan jawaban kuesioner penelitian, variabel *perceived ease to use* menghasilkan angka indeks yang tinggi yaitu sebesar 80,4 dan variabel *attitude towards use* juga menghasilkan angka indeks yang tinggi yaitu sebesar 81,1. Sementara itu, dari hasil jawaban terbuka mengenai variabel *attitude towards use*, 96,8% responden menjawab nyaman menggunakan aplikasi *mobile* JKN karena menu sederhana dan mudah dimengerti. Kemudian 98,9% responden menjawab suka menggunakan aplikasi *mobile* JKN karena praktis dan mudah digunakan. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan aplikasi *mobile* JKN mempengaruhi sikap peserta terhadap

penggunaan aplikasi *mobile* JKN. Ketika peserta merasa bahwa aplikasi *mobile* JKN mudah untuk dipelajari dan digunakan, maka sikap peserta terhadap penggunaannya pun semakin baik.

### **5. Pengaruh *Subjective Norm* Terhadap *Perceived Usefulness***

Hasil pengujian hipotesis atas arah pengaruh *subjective norm* terhadap *perceived usefulness* adalah 0,202 sebagaimana diperlihatkan oleh koefisien jalurnya. Dilihat dari nilai t-statistik sebesar 2,197 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,96 dan nilai probabilitas sebesar sig 0,029 lebih kecil dari nilai *probabilitas* 0,05 artinya signifikan. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *subjective norm* terhadap *perceived usefulness*. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alhassany & Faisal (2018), Teo & Zhou (2014) dan Liébana-Cabanillas *et al* (2017) yang menyatakan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*.

Jawaban kuesioner penelitian terhadap variabel *subjective norm* dan variabel *perceived usefulness* sama-sama menghasilkan angka indeks yang tinggi, yaitu *subjective norm* sebesar 78,3 dan *perceived usefulness* sebesar 82,1. Dari jawaban terbuka mengenai variabel *subjective norm*, responden menjawab bahwa aplikasi *mobile* JKN dipandang sangat bermanfaat oleh orang-orang penting yaitu atasan, rekan kerja atau keluarga. Sehingga membuat 86,8% responden pun menyatakan bahwa aplikasi *mobile* JKN dipandang sangat bermanfaat. Hal ini membuktikan bahwa persepsi manfaat atau kegunaan aplikasi *mobile* JKN juga dipengaruhi oleh persepsi orang lain.

### **6. Pengaruh *Subjective Norm* Terhadap *Attitude Towards Use***

Hasil pengujian hipotesis atas arah pengaruh *subjective norm* terhadap *attitude towards use* adalah 0,243 sebagaimana diperlihatkan oleh koefisien jalurnya. Dilihat dari nilai t-statistik sebesar 2,861 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,96 dan nilai probabilitas sebesar sig 0,005 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 artinya signifikan. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *subjective norm* terhadap *attitude towards use*. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramos-de-Luna *et al* (2016), Schierz *et al* (2010) dan Nam *et al* (2017) yang menyatakan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards use*.

Hasil kuesioner penelitian terhadap variabel *subjective norm* menghasilkan angka indeks yang tinggi yaitu sebesar 78,3 dan variabel *attitude towards use* juga menghasilkan angka indeks yang tinggi yaitu sebesar 81,1. Dari jawaban terbuka mengenai variabel *subjective norm*, sebagian besar responden menjawab bahwa menggunakan aplikasi *mobile* JKN adalah ide yang baik menurut orang-orang penting, di antaranya atasan, rekan kerja atau keluarga. Sehingga membuat 97,4% responden pun menyatakan bahwa menggunakan aplikasi *mobile* JKN adalah ide yang baik. Berdasarkan jawaban terbuka dapat disimpulkan bahwa persepsi orang lain mempengaruhi sikap peserta dalam penggunaan aplikasi *mobile* JKN. Semakin baik ide atau masukan dari orang lain, maka sikapnya pun akan semakin baik.

### **7. Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Intention To Use***

Hasil pengujian hipotesis atas arah pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use* adalah 0,440 sebagaimana diperlihatkan oleh koefisien jalurnya. Dilihat dari nilai t-statistik sebesar 4,013 besar dari t-tabel sebesar 1,96 dan nilai probabilitas sebesar sig 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 artinya signifikan. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *perceived usefulness* terhadap *intention to use*. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Phan *et al* (2019), Nie & Amarayoun



(2019) dan Liu (2012) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

Berdasarkan jawaban kuesioner penelitian, variabel *perceived usefulness* menghasilkan angka indeks yang tinggi yaitu sebesar 82,1 dan variabel *intention to use* juga menghasilkan angka indeks yang tinggi yaitu sebesar 81. Sementara itu, dari hasil jawaban terbuka mengenai variabel *intention to use*, 97,9% responden menjawab berniat untuk terus menggunakan aplikasi *mobile JKN* karena aplikasi *mobile JKN* memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi dan pelayanan. Dari jawaban responden pada kuesioner dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan aplikasi *mobile JKN* mempengaruhi niat penggunaan aplikasi *mobile JKN*. Jika peserta memiliki persepsi bahwa aplikasi *mobile JKN* memberikan kemudahan baik untuk mendapatkan informasi tentang kepesertaan, perubahan data kepesertaan maupun pelayanan kesehatan, maka peserta akan terus menggunakan aplikasi *mobile JKN*.

### **8. Pengaruh Attitude Towards Use Terhadap Intention To Use**

Hasil pengujian hipotesis atas arah pengaruh *attitude towards use* terhadap *intention to use* adalah 0,510 sebagaimana diperlihatkan oleh koefisien jalurnya. Dilihat dari nilai t-statistik sebesar 4,761 besar dari t-tabel sebesar 1,96 dan nilai probabilitas sebesar sig 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 artinya signifikan. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *attitude towards use* terhadap *intention to use*. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Phan *et al* (2019), Raza *et al* (2017) dan Takele & Sira (2011) yang menyatakan bahwa *attitude towards use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

Jawaban responden pada kuesioner penelitian mengenai *attitude towards use* menghasilkan nilai indeks yang tinggi yaitu 81,1. Begitu juga dengan variabel *intention to use* menghasilkan nilai indeks yang tinggi yaitu sebesar 81. Berdasarkan pertanyaan terbuka mengenai variabel *attitude towards use*, 98,9% responden suka menggunakan aplikasi *mobile JKN* karena praktis dan mudah digunakan. Selain itu, 96,3% responden berpikir bahwa menggunakan aplikasi *mobile JKN* adalah ide yang baik karena memberikan banyak manfaat. Hal ini diperkuat dengan jawaban pertanyaan terbuka mengenai variabel *intention to use*, bahwa 98,9% responden memilih mengakses aplikasi *mobile JKN* ketika membutuhkan informasi dan pelayanan karena lebih mudah dan cepat. Selain itu, sebagian besar responden juga menjawab telah merekomendasikan aplikasi *mobile JKN* kepada orang lain. Berdasarkan jawaban terbuka dapat disimpulkan bahwa sikap dalam menggunakan aplikasi juga mempengaruhi niat peserta untuk terus menggunakan aplikasi *mobile JKN*, bahkan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakannya.

## **Simpulan**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada pengguna aplikasi *mobile JKN* segmen Pekerja Penerima Upah Badan Usaha di wilayah BPJS Kesehatan Cabang Serang, maka diperoleh kesimpulan berikut :

1. *Perceived ease to use* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *intention to use*, artinya semakin tinggi atau rendahnya *perceived ease to use* tidak berpengaruh terhadap tinggi atau rendahnya *intention to use*.
2. *Subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*, artinya semakin tinggi *subjective norm* maka akan semakin meningkatkan *intention to use*, sebaliknya semakin rendah *subjective norm* maka akan semakin menurunkan *intention to use*.



3. *Perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*, artinya semakin baik *perceived ease to use* maka akan semakin meningkatkan *perceived usefulness*, sebaliknya semakin buruk *perceived ease to use* maka akan semakin menurunkan *perceived usefulness*.
4. *Perceived ease to use* berpengaruh positif signifikan terhadap *attitude towards use*, artinya semakin tinggi *Perceived ease to use* maka akan meningkatkan *attitude towards use*, sebaliknya semakin rendah *Perceived ease to use* maka akan semakin menurunkan *attitude towards use*.
5. *Subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*, artinya semakin baik *subjective norm* maka akan semakin meningkatkan *perceived usefulness*, sebaliknya semakin buruk *subjective norm* maka akan semakin menurunkan *perceived usefulness*.
6. *Subjective norm* berpengaruh positif signifikan terhadap *attitude towards use*, artinya semakin tinggi *subjective norm* maka akan semakin meningkatkan *attitude towards use*, sebaliknya semakin rendah *subjective norm* maka akan semakin menurunkan *attitude towards use*.
7. *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*, artinya semakin tinggi *perceived usefulness* maka akan semakin meningkatkan *intention to use*, sebaliknya semakin rendah *perceived usefulness* maka akan semakin menurunkan *intention to use*.
8. *Attitude towards use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*, artinya semakin baik *attitude towards use* maka akan semakin meningkatkan *intention to use*, sebaliknya semakin rendah *attitude towards use* maka akan semakin menurunkan *intention to use*.

## Implikasi Penelitian

### 1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memperkuat konsep-konsep teoritis dan memberikan dukungan empiris terhadap penelitian terdahulu sebagai berikut :

1. *Perceived ease to use* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *intention to use*. Pengukuran variabel *perceived ease to use* menggunakan empat indikator yaitu mudah dipelajari, mudah digunakan, interaksi yang jelas dan fleksibilitas interaksi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Phan *et al* (2019) dan Liu (2012) yang menyatakan bahwa *perceived ease to use* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*.
2. *Subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Pengukuran variabel *subjective norm* menggunakan tiga indikator yaitu rekomendasi dari orang-orang penting (keluarga/ teman dekat/ rekan kerja/ atasan), pandangan manfaat dari orang-orang penting dan ide dari orang-orang penting. Hasil penelitian ini menegaskan hasil penelitian sebelumnya oleh Ramos-de-Luna *et al* (2016) dan Takele & Sira (2011) yang menyatakan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.
3. *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Pengukuran variabel *perceived usefulness* menggunakan lima indikator yaitu meningkatkan efektivitas kerja, memudahkan pekerjaan, menghemat waktu, proses cepat dan bermanfaat. Hasil penelitian mendukung penelitian yang dilakukan oleh dilakukan oleh Phan *et al* (2019), Nie & Amarayoun (2019) dan Liu (2012) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

4. *Attitude towards use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Pengukuran variabel *attitude towards use* menggunakan empat indikator yaitu ide menggunakan, menarik untuk digunakan, nyaman ketika menggunakan dan sikap positif dalam menggunakan aplikasi. Hasil penelitian ini menegaskan hasil penelitian sebelumnya oleh Phan *et al* (2019), Raza *et al* (2017) dan Takele & Sira (2011) yang menyatakan bahwa *attitude towards use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

## 2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, hal yang dapat dilakukan oleh BPJS Kesehatan Cabang Serang dalam meningkatkan pengguna aplikasi *mobile* JKN adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease to use* tidak berpengaruh terhadap *intention to use* aplikasi *mobile* JKN. Peserta JKN-KIS yang telah mendapatkan sosialisasi atau informasi aplikasi *mobile* JKN, tidak langsung mendownload dan menggunakan aplikasi *mobile* JKN walaupun peserta sudah mengerti dan memahami penggunaannya. Hal ini terjadi karena peserta merasa belum membutuhkan aplikasi *mobile* JKN. Oleh karena itu, BPJS Kesehatan perlu memberikan sosialisasi atau informasi yang komprehensif tentang aplikasi *mobile* JKN, terutama kegunaan atau manfaat yang akan diperoleh peserta dengan menggunakan aplikasi *mobile* JKN baik ketika sehat atau tidak membutuhkan pelayanan kesehatan maupun ketika sakit atau membutuhkan pelayanan kesehatan. Selain itu, BPJS Kesehatan juga dapat melakukan pendampingan kepada peserta yang telah mendapatkan informasi atau sosialisasi aplikasi *mobile* JKN dalam proses download dan registrasi akun. Dengan demikian dapat dipastikan peserta yang telah diberikan informasi atau sosialisasi sudah menggunakan aplikasi *mobile* JKN.
2. Penggunaan aplikasi *mobile* JKN dipengaruhi oleh orang-orang yang dianggap penting diantaranya yaitu keluarga, teman dekat, rekan kerja dan atasan. Hal ini terbukti dari hasil penelitian bahwa *subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Namun terdapat satu indikator yang nilainya dibawah rata-rata yaitu ide dari orang-orang penting. Hal ini terjadi karena orang yang merekomendasikan aplikasi *mobile* JKN tidak terlalu dalam menyampaikan idenya dalam penggunaan aplikasi *mobile* JKN. Berdasarkan hal tersebut, untuk dapat meningkatkan pengguna aplikasi *mobile* JKN juga diperlukan peran serta peserta JKN-KIS pengguna aplikasi *mobile* JKN untuk mengajak peserta lain menggunakannya juga. Misalnya melalui ide atau inovasi mengadakan lomba *invite and selfie mobile* JKN. Dimana peserta lomba diharuskan mengajak, memberikan pandangan manfaat dan idenya kepada keluarga atau rekan kerjanya untuk mendownload dan selfie bersama sambil menunjukan aplikasi *mobile* JKN yang kemudian diupload ke akun media sosial BPJS Kesehatan.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Namun dari lima indikator yang merefleksikan variabel *perceived usefulness*, indikator proses cepat mempunyai indeks yang paling rendah. Hal ini terjadi karena terdapat prosedur dan waktu aktivasi ketika peserta melakukan layanan. Berikut ini beberapa layanan yang tidak dapat langsung aktif saat diajukan, yaitu pendaftaran peserta mandiri yang membutuhkan waktu 14 hari untuk aktivasi dan perubahan fasilitas kesehatan yang diajukan dibulan berjalan akan aktif pada tanggal 1 bulan berikutnya. Karena itu BPJS Kesehatan perlu memberikan informasi dengan jelas terkait prosedur dan waktu layanan pada setiap transaksi di aplikasi *mobile* JKN.
4. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *attitude towards use* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap *intention to use*. Hal ini terjadi karena niat penggunaan aplikasi

*mobile* JKN sangat bergantung pada sikap peserta terhadap aplikasi *mobile* JKN itu sendiri. Jika peserta memiliki kesukaan terhadap aplikasi *mobile* JKN maka akan terus menggunakan aplikasi tersebut. Terkait hal tersebut, BPJS Kesehatan harus terus mengembangkan aplikasi *mobile* JKN baik kegunaannya maupun tampilannya agar membuat penggunaanya tertarik dan nyaman untuk selalu menggunakannya.

### **Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Yang Akan Datang**

Penelitian ini memiliki banyak keterbatasan, sehingga diharapkan dapat diperbaiki pada penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasannya adalah sebagai berikut :

1. Responden penelitian terbatas hanya kepada peserta JKN-KIS segmen pekerja penerima upah badan usaha di wilayah kerja BPJS Kesehatan Cabang Serang sebanyak 190 responden. Untuk penelitian selanjutnya agar memperluas segmentasi responden penelitian, sehingga diperoleh hasil penelitian berdasarkan segmen kepesertaan lain yang lebih luas.
2. Metode pengumpulan data hanya menggunakan penelitian lapangan dengan menyebarkan kuesioner dan penelitian kepustakaan. Diharapkan pada penelitian yang akan datang dapat ditambahkan metode pengumpulan datanya dengan cara wawancara dan observasi, sehingga bisa memperdalam hasil temuan penelitian.

---

### **Daftar Pustaka**

- Abadi, H. R. D., Ranjbarian, B., & Zade, F. K. (2012). Investigate the Customers' Behavioral Intention to Use *Mobile* Banking Based on TPB, TAM and Perceived Risk (A Case Study in Meli Bank). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(10), 312–322.
- Abdillah, Willy dan Jogiyanto. (2015). Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equatiob Modelling (SEM) dalam penelitian bisnis. Edisi I. Yogyakarta: Andi.
- Alharbi, S. (2014). Using the Technology Acceptance Model in Understanding Academics' Behavioural Intention to Use Learning Management Systems.
- Alhassany, H., & Faisal, F. (2018). Factors influencing the internet banking adoption decision in North Cyprus: an evidence from the partial least square approach of the structural equation modeling. *Financial Innovation*, 4(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-018-0111-3>.
- Anggraeni, R. (2015). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan dan Penggunaan Aktual Layanan Jejaring Sosial Berbasis Lokasi (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 20(1), 44–52.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta
- Bhatiasevi, V., & Yoopetch, C. (2015). Journal of Hospitality and Tourism Management The determinants of intention to use electronic booking among young users in Thailand. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 23, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2014.12.004>.
- BPJS Kesehatan (2017). Akses Pelayanan Dalam Genggaman BPJS Kesehatan Luncurkan Aplikasi *Mobile* JKN, Banyak Manfaat dan Mudahkan Peserta JKN-KIS. Diambil dari <https://www.bpjs-kesehatan.go.id/bpjs/index.php/post/read/2017/596/Akses-Pelayanan-Dalam-Genggaman-BPJS-Kesehatan-Luncurkan-Aplikasi-Mobile-JKN-Banyak-Manfaat-dan-Mudahkan-Peserta-JKN-KIS> (02-02-2020 pukul 13.27).

- Bungin, Burhan. (2010). *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosia lainnya*. Jakarta: Kencana Prenama Media Group.
- Danurdoro, K., & Wulandari, D. (2016). The Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, and Experience Toward Student's Intention to Use Internet Banking. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan*, 8(1), 17–22. <https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p017>.
- Devi, E., Agung, F., Informasi, J. S., Komputer, F. I., & Nuswantoro, U. D. (2018). Analisa Minat Penggunaan Aplikasi TB eScoring dengan Pendekatan Technology Acceptance Model ( TAM ). 5(1), 1–12
- Dixit, R. V., & Prakash, G. (2018). Intentions to Use Social Networking Sites (SNS) Using Technology Acceptance Model (TAM). *Paradigm*, 22(1), 65–79. <https://doi.org/10.1177/0971890718758201>.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square. (Edisi 3)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis multivariete dengan Program SPSS. Edisi ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismail, H. A. (2016). Intention to Use Smartphone Through Perceived Compatibility, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.15294/jdm.v7i1.5748>.
- Juhri, K., & Dewi, C. K. (2017). Kepercayaan Dan Penerimaan Layanan *Mobile Money T-Cash* Di Bandung Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model ( Tam ). *Jurnal Pro Bisnis*, 10(1), 36–51.
- Komang, N., Sandra, R., Rastini, N. M., Ekonomi, F., & Udayana, U. (2017). Analisis Minat Perilaku Nasabah Terhadap Layanan *Mobile Banking* Dengan Model Tam Dan Tra (Studi Di Kota Denpasar). 27–28.
- Kurniasari, P. (2018). Analisis Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(2), 129–136.
- Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>.
- Kurniawati, S. (2017). Analisis Pengaruh Perceived Compatibility, Individual Mobility, Dan Driver's Factor Dari Attitude Towards Use Serta Implikasinya Pada Intention To Use: Telaah Pada Calon Pengguna Aplikasi Onesmile di BSD City. 9(1), 55–67.
- Kusnandi, D. (2014). Persepsi Terhadap Sikap dan Minat Pengguna Layanan Internet Pada Perusahaan Jasa Asuransi. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(2), 97–112.
- Liébana-Cabanillas, F., de Luna, I. R., & Montoro-Ríos, F. (2017). Intention to use new *mobile* payment systems: A comparative analysis of SMS and NFC payments. *Economic Research-Ekonomiska Istrazivanja*, 30(1), 892–910. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1305784>.
- Liu, B. Bin. (2012). Understanding consumers' intention to use *mobile* payment services: The perspective of university students in Northern Jiangsu area. *Proceedings of the 2012 2nd International Conference on Business Computing and Global Informatization, BCGIN 2012*, 257–260. <https://doi.org/10.1109/BCGIN.2012.73>.



- Loanata, T., & Tileng, K. G. (2016). Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention To Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Traveloka). *Juisi*, 2(1), 1–10. <https://journal.uc.ac.id/index.php/JUISI/article/view/117/110>.
- Kuncoro, Mudrajad. (2009). Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta: Erlangga.
- Nam, C., Dong, H., & Lee, Y. A. (2017). Factors influencing consumers' purchase intention of green sportswear. *Fashion and Textiles*. <https://doi.org/10.1186/s40691-017-0091-3>.
- Nedra, B., Hadhri, W., & Mezrani, M. (2019). Journal of Retailing and Consumer Services Determinants of customers' intentions to use hedonic networks: The case of Instagram. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46(May 2018), 21–32. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.09.001>.
- Nie, J., & Amarayoun, W. (2019). The Factors Influence the Intention Use of Mobile Payment in Thailand E-Commerce. Proceedings - 2018 5th International Conference on Information Science and Control Engineering, ICISCE 2018, 561–568. <https://doi.org/10.1109/ICISCE.2018.00122>.
- Phan, D. T. T., Nguyen, T. T. H., & Bui, T. A. (2019). Going beyond Border? Intention to Use International Bank Cards in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 6(3), 315–325. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2019.vol6.no3.315>.
- Pratama, A., Fadli M. S., Femilia Z., & Nadhira A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Perbankan Konvensional Di Kota Palu). *Jurnal Akun Nabelo*, 2(1), 204–216.
- Rahayu, I. S. (2015). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137. [https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150).
- Rahmawati, R. N., & Narsa, I. M. (2019). Intention to Use e-Learning: Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM). *Owner*, 3(2), 260. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.151>
- Ramos-de-Luna, I., Montoro-Ríos, F., & Liébana-Cabanillas, F. (2016). Determinants of the intention to use NFC technology as a payment system: an acceptance model approach. *Information Systems and E-Business Management*, 14(2), 293–314. <https://doi.org/10.1007/s10257-015-0284-5>.
- Raza, S. A., Umer, A., & Shah, N. (2017). New determinants of ease of use and perceived usefulness for mobile banking adoption. *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*, 11(1), 44–65. <https://doi.org/10.1504/IJECRM.2017.086751>.
- Riduwan. (2012). Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian. Bandung: Alfabeta CV.
- Saryoko, A., Hendri, H., & Sukmana, S. H. (2019). Pengukuran Layanan Pada Aplikasi Mobile JKN Menggunakan Metode Servqual. *Paradigma - Jurnal Komputer dan Informatika*, 21(2), 157–166. doi:10.31294/p.v21i2.5412.
- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209–216. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.005>.
- Sondakh, J. J. (2017). Behavioral Intention to Use E-Tax Service System: An Application of Technology Acceptance Model. XX(2), 48–64.
- Sugiono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta CV.



- Taherdoost, H. (2018). A review of technology acceptance and adoption models and theories. *Procedia Manufacturing*, 22, 960–967. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2018.03.137>.
- Takele, Y., & Sira, Z. (2011). Analysis of Factors Influencing Customers' Intention to the Adoption of E-Banking Service Channels in Bahir Dar City: An Integration of TAM, TPB AND PR. *International Arab Journal of E-Technology*, 2(1), 56–64.
- Teo, T., & Zhou, M. (2014). Explaining the intention to use technology among university students: A structural equation modeling approach. *Journal of Computing in Higher Education*, 26(2), 124–142. <https://doi.org/10.1007/s12528-014-9080-3>.
- Widyaprabha, E., Susanto, T. D., & Herdiyanti, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pengguna untuk Menggunakan Aplikasi Daftar Online Rumah Sakit (Studi Kasus : RSUD Gambiran Kediri. Seminar Nasional Sistem Informasi, 163-172.
- Ye, T., Xue, J., He, M., Gu, J., Lin, H., Xu, B., & Cheng, Y. (2019). Psychosocial factors affecting artificial intelligence adoption in health care in China: Cross-sectional study. *Journal of Medical Internet Research*, 21(10), 1–22. <https://doi.org/10.2196/14316>.