

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambar Umum Objek Penelitian

#### 1. Halodoc

Aplikasi Halodoc merupakan sebuah aplikasi dan situs web asal Indonesia yang bergerak di bidang kesehatan. PT Media Dokter Investama, perusahaan aplikasi ini didirikan pada tahun 2016 di Jakarta oleh Jonathan Sudharta yang merupakan salah satu direksi dari Mensana Group (Menjangan Sakti), sebuah perusahaan yang bergerak dibidang farmasi. Dengan latar belakang pendidikan Ekonomi spesialisasi *e-commerce* dari Curtin University, Australia, Jonathan mendirikan HaloDoc dengan tujuan untuk mengatasi persoalan yang terjadi pada akses layanan kesehatan di Indonesia. Pada tahun 2016 akhirnya HaloDoc dirilis dengan jumlah pengguna mencapai 100 ribu dan 8 ribu dokter bergabung pada masa awalnya.

Kesibukan di kota besar biasanya membuat kita lupa mengurus kesehatan. Waktu luang yang sedikit membuat kita malas untuk pergi ke dokter ketika sakit. Akhirnya hanya bisa mengandalkan obat yang dibeli di mini market tanpa konsultasi yang benar dengan dokter. Keadaan inilah yang membuat HaloDoc lahir dengan tujuan untuk membuat sehat menjadi lebih mudah. HaloDoc adalah sebuah aplikasi kesehatan terpadu yang memfasilitasi interaksi antara dokter dengan pasien. Bagi mereka yang sibuk, aplikasi ini akan sangat membantu karena kamu bisa berkonsultasi dengan dokter melalui *chat* bahkan *video call* untuk mengetahui penyakit yang sedang diderita saat ini. Tarif konsultasi yang ditentukan juga beragam sesuai dengan dokternya. Jadi kamu bisa memilih mana yang cocok secara spesialisasi atau tarifnya. Setelah ada diagnosa dari dokter, kamu juga bisa melakukan pemesanan obat melalui aplikasi yang sama.

## 2. Visi Dan Misi

### A. Visi

Visi kami untuk HaloDoc adalah membantu membawa layanan kesehatan yang lebih baik ke jutaan orang Indonesia. Kami ingin mengatasi [permasalahan ini] melalui teknologi untuk isu seperti sulitnya akses kesehatan. Putaran pendanaan ini membantu kami untuk terus membangun sumberdaya engineer dan mengembangkan produk yang paling cocok untuk adopsi yang lebih luas dalam rangka mencapai tujuan tersebut.

### B. Misi

Mempermudah sistem jaringan data kesehatan antara dokter, apotek, rumah sakit, dan pasien, Halodoc butuh layanan infrastruktur server yang terpercaya dan bisa diandalkan. Di sinilah Amazon Web Services (AWS) berperan, sebagai layanan komputasi awan yang mereka gunakan.

### Gambar 4.1

#### Logo Aplikasi Halodoc



(Sumber : [www.logohalodoc.com](http://www.logohalodoc.com))

## B. Hasil Penelitian

### 1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 158 orang responden untuk mengetahui gambaran responden yang merupakan masyarakat kompleks cakra kecamatan Limo, Kelurahan Grogol

kota Depok. dalam penelitian ini responden wajib mengisi 5 buah pertanyaan yang telah dibagi dalam beberapa kategori, antara lain sebagai berikut:

**a. Jenis Kelamin**

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin Responden**

| <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Frekuesnsi</b> | <b>Jumlah</b> |
|----------------------|-------------------|---------------|
| Laki-Laki            | 92                | 58.2%         |
| Perempuan            | 66                | 41.8%         |
| <b>Jumlah</b>        | <b>158</b>        | <b>100%</b>   |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan data table jenis kelamin diatas, dari seluruh responden sebanyak 158 orang dan persentase sebanyak 100% dapat diketahui responden Laki-laki sebanyak 92 orang dengan persentase 58,2% dan jumlah perempuan 66 dengan persentase 41.8%. Dari data penelitian ini disimpulkan bahwa dari seluruh responden, Laki-Laki lebih dominan dibandingkan perempuan.

**b. Usia**

**Tabel 4.2**  
**Usia Responden**

| <b>Usia</b>   | <b>Frekuensi</b> | <b>Jumlah</b> |
|---------------|------------------|---------------|
| 20 – 30 Tahun | 63               | 39.9%         |
| 31 – 45 Tahun | 95               | 60.1%         |
| <b>Jumlah</b> | <b>158</b>       | <b>100%</b>   |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table usia di atas, dari seluruh responden berjumlah 158 orang dan presentase sebanyak 100%. Dapat diketahui responden berusia 20-30 tahun sebanyak 63 orang dengan persentase 39.9%, Sedangkan responden berusia 31-45 tahun sebanyak 95 orang dengan persentase 60.1%. Dari data yang di peroleh dapat disampaikan bahwa dalam penelitian ini didominasi responden berusia 31-45 tahun.

c. **Pekerjaan**

**Tabel 4.3**  
**Pekerjaan Responden**

| <b>Pekerjaan</b> | <b>Frekuensi</b> | <b>Jumlah</b> |
|------------------|------------------|---------------|
| PNS              | 17               | 10.8%         |
| Wiraswasta       | 43               | 27.2%         |
| karyawan         | 49               | 31.0%         |
| lainya           | 49               | 1.0%          |
| <b>Jumlah</b>    | <b>158</b>       | <b>100%</b>   |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table pekerjaan diatas,dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan data peresentase sebanyak 100% dapat diketahui responden dengan pekerjaan PNS sebanyak 17 orang dengan peresentase sebanyak 10.8%, responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 43 orang dengan peresentase sebanyak 27.2%, responden dengan pekerjaan sebagai karyawan berjumlah 49 orang dengan peresentase sebanyak 31.0%, dan responden dengan pekerjaan lainnya berjumlah 49 orang dengan peresentase sebanyak 31.0%.Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini responden di dominasi dengan pekerjaan karyawan dan pekerjaan lainnya.

d. **Mengetahui Iklan Aplikasi Halodoc di Televisi**

**Tabel 4.4**  
**Mengetahui Iklan Aplikasi Halodoc di Televisi**

| <b>Pertanyaan</b> | <b>Frekuensi</b> | <b>Jumlah</b> |
|-------------------|------------------|---------------|
| Ya                | 158              | 100%          |
| Tidak             | -                | -             |
| <b>Jumlah</b>     | <b>158</b>       | <b>100%</b>   |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table yang mengetahui iklan aplikasi halodoc di televisi,dari seluruh responden sebanyak 158 orang dan peresentase sebanyak 100% dapat diketahui seluruh responden

yang diteliti semuanya mengetahui iklan aplikasi halodoc di televisi.

**e. Menggunakan Aplikasi Halodoc**

**Tabel 4.5**  
**Menggunakan Aplikasi Halodoc**

| Pertanyaan    | Frekuensi  | Jumlah      |
|---------------|------------|-------------|
| Ya            | 58         | 100%        |
| Tidak         | -          | -           |
| <b>Jumlah</b> | <b>158</b> | <b>100%</b> |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table di atas yang menggunakan aplikasi halodoc ,dari seluruh responden sebanyak 158 orang dan peresentase sebanyak 100% dapat diketahui seluruh responden yang diteliti semuanya menggunakan aplikasi halodoc.

**f. Masyarakat Komplek Cakra**

**Tabel 4.6**  
**Masyarakat Komplek Cakra**

| Pertanyaan    | Frekuensi  | Jumlah      |
|---------------|------------|-------------|
| Ya            | 158        | 100%        |
| Tidak         | -          | -           |
| <b>Jumlah</b> | <b>158</b> | <b>100%</b> |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table di atas seluruh responden masyarakat komplek cakra sebanyak 158 orang dan peresentase sebanyak 100% dapat diketahui seluruh responden yang diteliti semuanya bertempat tinggal di daerah komplek cakra.

**2. Pernyataan variabel X**

Pada Variabel (X) ini menggunakan 6 (Enam) dimensi anataralainyaitu *heard word or sound effect, music, seen word, pictures, colour, movement* yang disusun sebanyak 16 item pertanyaan dengan hasil penilaian sebagai berikut:

a. **Heard word or sound effect**

**Tabel 4.7**  
**Berguna dalam mengedukasi masalah kesehatan**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 58         | 36.7%      |
| 2.     | Setuju              | 93         | 58.9%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 5          | 3.2%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 2          | 1.3%       |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan bahwa Ucapan dalam iklan halodoc menunjukan pada khalayak bahwa iklan tersebut sangat berguna dalam mengetahui dan mengedukasi masalah kesehatan dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 58 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 36.7%,93 orang menjawab setuju dengan persentase 58.9%, 5 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3.2%, 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan,masyarakat komplek cakra menyatakan setuju bahwa ucapan dalam iklan halodoc menunjukan pada khalayak bahwa iklan tersebut sangat berguna dalam mengetahui dan mengedukasi masalah kesehatan.

**Tabel 4.8**  
**membuat dengan mudah khalayak mengingat aplikasi**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 6          | 29.1%      |
| 2.     | Setuju              | 100        | 63.3%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 10         | 6.3%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 2          | 1.3%       |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan bahwa kata dalam iklan halodoc membuat dengan mudah khalayak mengingat aplikasi halodoc dari seluruh responden sebanyak

158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 46 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 29.1%, 100 orang menjawab setuju dengan persentase 63.3%, 10 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 6.3%, 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa kata dalam iklan halodoc membuat dengan mudah khalayak mengingat aplikasi halodoc.

**Tabel 4.9**  
**Tulisan “dokternya asli kok” tersampaikan dengan jelas**

| No.    | Pernyataan          | Frekuensi | Persentase |
|--------|---------------------|-----------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 39        | 24.7%      |
| 2.     | Setuju              | 87        | 55.1%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 31        | 19.6%      |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 1         | 0.6%       |
| Jumlah |                     | 158       | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas, mengenai pernyataan bahwa Tulisan “dokternya asli kok” pada video iklan tersampaikan dengan jelas dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 39 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 24.7%, 87 orang menjawab setuju dengan persentase 55.1%, 31 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 19.6%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0.6%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa tulisan “dokternya asli kok pada video iklan tersampaikan dengan jelas.

## b. Music

**Tabel.4.10**

**Music pada iklan halodoc sudah sangat melekat**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 48         | 30.4%      |
| 2.     | Setuju              | 95         | 60.1%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 14         | 8.9%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 1          | 0.6%       |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan bahwa Music pada iklan halodoc sudah sangat melekat terhadap khalayak yang menandakan music dari aplikasi halodoc dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 48 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 30.4%,95 orang menjawab setuju dengan persentase 60.1%, 14 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 8.9%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0.6%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan,masyarakat komplek cakra menyatakan setuju bahwa Music pada iklan halodoc sudah sangat melekat terhadap khalayak yang menandakan music dari aplikasi halodoc.

**Tabel 4.11**

**Music sesuai dengan aplikasi yang digunakan oleh halodoc**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 55         | 34.8%      |
| 2.     | Setuju              | 94         | 59.5%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 8          | 5.1%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 1          | 0.6%       |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan bahwa Music dari iklan halodoc sesuai dengan aplikasi yang digunakan oleh halodoc dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 55 orang menjawab sangat setuju dengan



persentase 34.8%, 94 orang menjawab setuju dengan persentase 59.5%, 8 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 5.1%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0.6%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat komplek cakra menyatakan setuju bahwa Music dari iklan halodoc sesuai dengan aplikasi yang digunakan oleh halodoc.

**c. Seen word**

**Tabel 4.12**  
**Ucapan dan kata dalam iklan dapat tersampaikan.**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 47         | 29.7%      |
| 2.     | Setuju              | 72         | 45.6%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 36         | 22.8%      |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 3          | 1.9%       |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas, mengenai pernyataan bahwa Ucapan dan kata dalam iklan halodoc dapat tersampaikan dengan jelas kepada khalayak. dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 47 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 29.7%, 72 orang menjawab setuju dengan persentase 45.6%, 36 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 22.8%, 3 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.9%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat komplek cakra menyatakan setuju bahwa Ucapan dan kata dalam iklan halodoc dapat tersampaikan dengan jelas kepada khalayak.

**Tabel 4.13**  
**Bahasa yang digunakan sangat mudah di mengerti**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 63         | 39.9%      |
| 2.     | Setuju              | 81         | 51.3%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 11         | 7%         |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 3          | 1.9%       |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan bahwa Bahasa yang digunakan dalam iklan halodoc sangat mudah di mengerti dan di ingat oleh khalayak dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 63 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 39.9%,81 orang menjawab setuju dengan persentase 51.3%, 11 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 7%, 3 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.9%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan,masyarakat komplek cakra menyatakan setuju bahwa Bahasa yang digunakan dalam iklan halodoc sangat mudah di mengerti dan di ingat oleh khalayak.

#### d. Pictures

**Tabel 4.14**  
**Gambar pada iklan halodoc sesuai dengan logo**

| No     | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 52         | 32.9%      |
| 2.     | Setuju              | 88         | 55.7%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 16         | 10.1%      |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 2          | 1.3%       |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan bahwa Gambar pada iklan halodoc sesuai dengan logo yang digunakan oleh aplikasi halodoc dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 52 orang menjawab

sangat setuju dengan persentase 32.9%, 88 orang menjawab setuju dengan persentase 55.7%, 16 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 10.1%, 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa Gambar pada iklan halodoc sesuai dengan logo yang digunakan oleh aplikasi halodoc.

**Tabel 4.15**  
**Adegan yang di lakukan sesuai dengan cara penggunaan**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 55         | 34.8%      |
| 2.     | Setuju              | 91         | 57.6%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 10         | 6.3%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 2          | 1.3%       |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas, mengenai pernyataan bahwa Adegan yang di lakukan di dalam iklan menampilkan cara menggunakan aplikasi halodoc sesuai dengan aplikasi halodoc dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 55 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 34.8%, 91 orang menjawab setuju dengan persentase 57.6%, 10 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 6.3%, 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa Adegan yang di lakukan di dalam iklan menampilkan cara menggunakan aplikasi halodoc sesuai dengan cara penggunaan aplikasi halodoc yang benar.

## e. Colour

**Tabel 4.16****Warna yang di tampilkan dalam iklan sesuai**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 59         | 37.3%      |
| 2.     | Setuju              | 88         | 55.7%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 9          | 5.7%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 2          | 1.3%       |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan bahwa Warna yang di tampilkan dalam iklan sesuai dengan warna yang digunakan dalam aplikasi halodoc dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 59 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 37.3%,88 orang menjawab setuju dengan persentase 55.7%, 9 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 5.7%, 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan,masyarakat komplek cakra menyatakan setuju bahwa Warna yang di tampilkan dalam iklan sesuai dengan warna yang digunakan dalam aplikasi halodoc.

**Tabel 4.17****perpaduan warna dan tulisan sangat serasi**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 62         | 39.2%      |
| 2.     | Setuju              | 93         | 58.9%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 1          | 0.6%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 1          | 0.6%       |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan bahwa perpaduan warna dan tulisan pada aplikasi halodoc sudah sangat serasi dalam penempatan warna dan tulisannya dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat

diketahui 62 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 39.2%, 93 orang menjawab setuju dengan persentase 58.9%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 0.6%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0.6%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa perpaduan warna dan tulisan pada aplikasi halodoc sudah sangat serasi dalam penempatan warna dan tulisannya.

#### f. Movement

**Tabel 4.18**

**konflik yang terjadi dapat terjawab dengan adegan video**

| No.    | Pernyataan          | Frekuensi | Persentase |
|--------|---------------------|-----------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 58        | 36.7%      |
| 2.     | Setuju              | 75        | 47.5%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 24        | 15.2%      |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 1         | 0.6%       |
| Jumlah |                     | 158       | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas, mengenai pernyataan bahwa konflik yang terjadi dapat terjawab dengan adegan video didalam iklan tersebut dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 58 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 36.7%, 75 orang menjawab setuju dengan persentase 47.5%, 24 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 15.2%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0.6%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa konflik yang terjadi dapat terjawab dengan adegan video didalam iklan tersebut.

**Tabel 4.19****Adegan yang ditampilkan memperjelas maksud dan tujuan**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 68         | 43.0%      |
| 2.     | Setuju              | 63         | 39.2%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 25         | 15.8%      |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 3          | 1.9%       |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan Adegan yang ditampilkan dalam iklan memperjelas maksud dan tujuan iklan tersebut dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 68 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 43.0%,63 orang menjawab setuju dengan persentase 39.2%, 25 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 15.8%, 3 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.9%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan,masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa Adegan yang ditampilkan dalam iklan memperjelas maksud dan tujuan iklan tersebut.

**Tabel 4.20****Alur cerita sesuai dengan perilaku keseharian masyarakat**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 61         | 38.6%      |
| 2.     | Setuju              | 72         | 45.6%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 24         | 15.2%      |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 1          | 0.6%       |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan Alur cerita iklan aplikasi sesuai dengan perilaku keseharian masyarakat dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 61 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 38.6%,72 orang menjawab setuju dengan persentase 45.6%, 24 orang menjawab tidak setuju dengan persentase

15.2%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0.6%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa Alur cerita iklan aplikasi sesuai dengan perilaku keseharian masyarakat

**Tabel 4.21**  
**Cerita pada iklan mudah dimengerti oleh khalayak**

| No.    | Pernyataan          | Frekuensi | Persentase |
|--------|---------------------|-----------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 68        | 43.0%      |
| 2.     | Setuju              | 81        | 53.3%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 8         | 5.1%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 1         | 0.6%       |
| Jumlah |                     | 158       | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan tabel diatas, mengenai pernyataan Alur cerita iklan aplikasi sesuai dengan perilaku keseharian masyarakat dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 68 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 43.0%, 81 orang menjawab setuju dengan persentase 53.3%, 8 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 5.1%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0.6%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa Alur Cerita pada iklan aplikasi halodoc mudah dimengerti oleh khalayak.

**Tabel 4.22**  
**Adegan terkait penggunaan dan fungsi sudah lengkap**

| No.    | Pernyataan          | Frekuensi | Persentase |
|--------|---------------------|-----------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 55        | 34.8%      |
| 2.     | Setuju              | 91        | 57.6%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 10        | 6.3%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 2         | 1.3%       |
| Jumlah |                     | 158       | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan Adegan didalam iklan terkait penggunaan dan fungsi aplikasi halodoc sudah lengkap dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 55 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 34.8%,91 orang menjawab setuju dengan persentase 57.6%, 10 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 6.3%, 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan,masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa Adegan didalam iklan terkait penggunaan dan fungsi aplikasi halodoc sudah lengkap.

### 3. Variabel Y (Minat konsumen)

Pada Variabel (Y) ini menggunakan 5 (Tujuh) dimensi antara lain yaitu problem recognition(pengenalan masalah),Information search (pencarian informasi),Alternative evaluation(evaluasi alternative),Purchase decion(keputusan pembelian),Post-purchase decision(perilaku pasca pembelian),yang disusun sebanyak 14 item pernyataan dengan hasil penilaian sebagai berikut:

#### a. Pengenalan masalah

**Tabel 4.23**  
**konsumen menemukan perbedaan dari aplikasi kesehatan lainnya**

| No.    | Pernyataan          | Frekuensi | Presentasi |
|--------|---------------------|-----------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 54        | 34.2%      |
| 2.     | Setuju              | 103       | 65.2%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 1         | 0.6%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | -         | -          |
| Jumlah |                     | 158       | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan Adegan didalam iklan terkait penggunaan dan fungsi aplikasi halodoc sudah lengkap dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 54 orang menjawab



sangat setuju dengan persentase 34.2%, 103 orang menjawab setuju dengan persentase 65.2%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 0.6%, tidak ada orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa Dari aplikasi yang ada pada halodoc konsumen menemukan perbedaan dari aplikasi kesehatan lainnya.

**Table 4.24**  
**Produk aplikasi halodoc sudah melakukan rebranding**

| No.    | Pernyataan          | Frekuensi | Persentase |
|--------|---------------------|-----------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 41        | 25.9%      |
| 2.     | Setuju              | 109       | 69.0%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 8         | 5.1%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | -         | -          |
| Jumlah |                     | 158       | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas, mengenai pernyataan Produk aplikasi halodoc sudah melakukan rebranding terhadap produk mereka supaya masyarakat mengenal aplikasi kesehatan tersebut melalui iklan dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 41 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 25.9%, 109 orang menjawab setuju dengan persentase 69.0%, 8 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 5.1%, tidak ada orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa Produk aplikasi halodoc sudah melakukan rebranding terhadap produk mereka supaya masyarakat mengenal aplikasi kesehatan tersebut melalui iklan.

**b. Pencarian informasi**

**Table 4.25**  
**Karna kecangihan teknologi membuat masyarakat dapat mengetahui aplikasi**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 65         | 41.1%      |
| 2.     | Setuju              | 91         | 57.6%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 2          | 1.3%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | -          | -          |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan Karna kecangihan teknologi membuat masyarakat dapat mencari dan mengetahui aplikasi halodoc dalam mengetahui dan mengontrol kesehatan dengan mudah dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 65 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 41.1%,91 orang menjawab setuju dengan persentase 57.6%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1.3%, tidak ada orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan,masyarakat komplek cakra menyatakan setuju bahwa Karna kecangihan teknologi membuat masyarakat dapat mencari dan mengetahui aplikasi halodoc dalam mengetahui dan mengontrol kesehatan dengan mudah.

**Tabel 4.26**  
**Dapat dengan mudah mengetahui aplikasi yang berguna bagi kesehatan**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 68         | 43.0%      |
| 2.     | Setuju              | 88         | 55.7%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 1          | 0.6%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 1          | 0.6%       |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan Masyarakat dapat dengan mudah mengetahui sebuah aplikasi yang berguna

bagi kesehatan melalui iklan dan website yang ada sekarang dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 68 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 43.0%, 88 orang menjawab setuju dengan persentase 55.7%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 0.6%, 1 orang yang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0.6%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa Karna kecanggihan teknologi membuat masyarakat dapat mencari dan mengetahui aplikasi halodoc dalam mengetahui dan mengontrol kesehatan dengan mudah

### c. Evaluasi Alternatif

**Tabel 4.27**  
**Sebelum menggunakan aplikasi anda mengevaluasi terlebih dahulu**

| No.    | Pernyataan          | Frekuensi | Persentase |
|--------|---------------------|-----------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 68        | 43.0%      |
| 2.     | Setuju              | 85        | 53.8%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 5         | 3.2%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | -         | -          |
| Jumlah |                     | 158       | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas, mengenai pernyataan Sebelum menggunakan aplikasi halodoc konsumen memilih terlebih dahulu produk atau jasa yang akan digunakan berdasarkan evaluasi produk terlebih dahulu dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 68 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 43.0%, 85 orang menjawab setuju dengan persentase 53.8%, 5 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3.2%, tidak ada orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju

bahwa Karna kecanggihn teknologi membuat masyarakat dapat mencari dan mengetahui aplikasi halodoc dalam mengetahui dan mengontrol kesehatan dengan mudah.

**Tabel 4.28**  
**Konsumen memilih terlebih dahulu produk atau jasa yang akan digunakan**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 61         | 38.6%      |
| 2.     | Setuju              | 90         | 57.0%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 7          | 4.4%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | -          | -          |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan Sebelum menggunakan aplikasi halodoc konsumen memilih terlebih dahulu produk atau jasa yang akan digunakan berdasarkan evaluasi produk terlebih dahulu dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 61 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 38.6%,90 orang menjawab setuju dengan persentase 57.0%, 7 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4.4%, tidak ada orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan,masyarakat komplek cakra menyatakan setuju bahwa Sebelum menggunakan aplikasi halodoc konsumen memilih terlebih dahulu produk atau jasa yang akan digunakan berdasarkan evaluasi produk terlebih dahulu.

#### d. Keputusan Pembelian

**Tabel 4.29**  
**Dikarnakan kebutuhan informasi dan kebutuhan kesehatan.**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 61         | 38.6%      |
| 2.     | Setuju              | 87         | 55.1%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 9          | 5.7%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 1          | 0.6%       |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan Anda menggunakan aplikasi halodoc dikarnakan kebutuhan informasi dan kebutuhan kesehatan anda agar dapat meningkatkan kesehatan anda dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 61 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 38.6%,87 orang menjawab setuju dengan persentase 55.1%, 9 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 5.7%, 1 orang yang menjawan sangat tidak setuju dengan persentase 0.6%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan,masyarakat komplek cakra menyatakan setuju bahwa Anda menggunakan aplikasi halodoc dikarnakan kebutuhan informasi dan kebutuhan kesehatan anda agar dapat meningkatkan kesehatan anda

**Tabel 4.30**  
**Setelah memutuskan produkmana yang digunakan konsumen langsung menggunakan aplikasi.**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 67         | 42.2%      |
| 2.     | Setuju              | 90         | 57.0%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 1          | 0.6%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | -          | -          |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan Setelah memutuskan produkmana yang digunakan konsumen langsung

menggunakan aplikasi tersebut karna berdasarkan kebutuhan konsumen dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 67 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 42.1%, 90 orang menjawab setuju dengan persentase 57.0%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 0.6%, tidak ada orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa Setelah memutuskan produk mana yang digunakan konsumen langsung menggunakan aplikasi tersebut karna berdasarkan kebutuhan konsumen.

**Tabel 4.31**  
**Konsumen memutuskan menggunakan aplikasi halodoc karna kebutuhan**

| No.    | Pernyataan          | Frekuensi | Persentase |
|--------|---------------------|-----------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 60        | 38.0%      |
| 2.     | Setuju              | 79        | 50.0%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 19        | 12.0%      |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | -         | -          |
| Jumlah |                     | 158       | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas, mengenai pernyataan Konsumen memutuskan menggunakan aplikasi halodoc karna kebutuhan dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 60 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 38.0%, 79 orang menjawab setuju dengan persentase 50.0%, 19 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 12.0%, tidak ada orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa Konsumen memutuskan menggunakan aplikasi halodoc karna kebutuhan.

**Tabel 4.32**  
**Konsumen memutuskan sendiri dalam memilih menggunakan produk.**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 61         | 38.6%      |
| 2.     | Setuju              | 91         | 57.6%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 6          | 3.8%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | -          | -          |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan Konsumen memutuskan sendiri dalam memilih menggunakan produk aplikasi halodoc dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 61 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 38.6%,91 orang menjawab setuju dengan persentase 57.6%, 6 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3.8%, tidak ada orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan,masyarakat komplek cakra menyatakan setuju bahwa Konsumen memutuskan sendiri dalam memilih menggunakan produk aplikasi halodoc.

**e. Perilaku Pasca Pembelian**

**Table 4.33**  
**Sebelum memutuskan Konsumen harus mengetahui terlebih dahulu produk atau jasa**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 63         | 39.9%      |
| 2.     | Setuju              | 87         | 55.1%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 8          | 5.1%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | -          | -          |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan Konsumen harus mengetahui terlebih dahulu produk atau jasa sebelum memutuskan untuk menggunakan aplikasi halodoc dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat

diketahui 63 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 39.9%, 87 orang menjawab setuju dengan persentase 55.1%, 8 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 5.1%, tidak ada orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan setuju bahwa Konsumen harus mengetahui terlebih dahulu produk atau jasa sebelum memutuskan untuk menggunakan aplikasi halodoc.

**Tabel 4.34**  
**Konsumen memilih sendiri menggunakan aplikasi halodoc dikarnakan keinginan sendiri.**

| No.    | Pernyataan          | Frekuensi | Persentase |
|--------|---------------------|-----------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 73        | 46.2%      |
| 2.     | Setuju              | 65        | 41.1%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 20        | 12.7%      |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | -         | -          |
| Jumlah |                     | 158       | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas, mengenai pernyataan Konsumen harus mengetahui terlebih dahulu produk atau jasa sebelum memutuskan untuk menggunakan aplikasi halodoc dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 73 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 46.2%, 65 orang menjawab setuju dengan persentase 41.1%, 20 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 12.7%, tidak ada orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat kompleks cakra menyatakan sangat setuju bahwa Konsumen memilih sendiri menggunakan aplikasi halodoc dikarnakan keinginan sendiri.



**Tabel 4.35**  
**Konsumen memutuskan menggunakan setelah mencobanya.**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 58         | 36.7%      |
| 2.     | Setuju              | 93         | 58.9%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 6          | 3.8%       |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | 1          | 0.6%       |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan Anda memutuskan untuk tidak melanjutkan untuk tidak lagi menggunakan aplikasi halodoc setelah menggunakannya terlebihdahulu dari seluruh responden sebanyak 158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 58 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 36.7%, 93 orang menjawab setuju dengan persentase 58.9%, 6 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3.8%, 1 orang yang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0.6%.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan,masyarakat komplek cakra menyatakan setuju bahwa Anda menggunakan aplikasi halodoc dikarenakan kebutuhan informasi dan kebutuhan kesehatan anda agar dapat meningkatkan kesehatan anda

**Tabel 4.36**  
**Setelah menggunakan aplikasi halodo anda baru mengetahui fungsi dan kegunaan**

| No.    | Pernyataan          | Frekusensi | Presentasi |
|--------|---------------------|------------|------------|
| 1.     | Sangat setuju       | 62         | 39.2%      |
| 2.     | Setuju              | 75         | 47.5%      |
| 3.     | Tidak setuju        | 21         | 13.3%      |
| 4.     | Sangat Tidak setuju | -          | -          |
| Jumlah |                     | 158        | 100%       |

(Sumber : Hasil Perhitungan Bulan juni 2022)

Berdasarkan table diatas,mengenai pernyataan Setelah menggunakan aplikasi halodoc anda baru mengetahui fungsi dan kegunaan dari aplikasi tersebut dari seluruh responden sebanyak

158 orang dengan persentase 100% dapat diketahui 62 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 39.2%, 75 orang menjawab setuju dengan persentase 47.5%, 21 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 13.3%, tidak ada orang yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari data yang di peroleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, masyarakat komplek cakra menyatakan setuju bahwa Setelah menggunakan aplikasi halodoc anda baru mengetahui fungsi dan kegunaan dari aplikasi tersebut.

#### **E. Rekapitulasi Variabel X dan Y**

Berikut merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X yakni Iklan Televisi berdasarkan table sebagai berikut:

**Table 4.37**  
**Rekapitulasi Variabel X (Pengaruh Iklan Televisi)**

| No.              | Pernyataan | Mean  |
|------------------|------------|-------|
| 1                | X1         | 3.31  |
| 2                | X2         | 3.20  |
| 3                | X3         | 3.03  |
| 4                | X4         | 3.20  |
| 5                | X5         | 3.28  |
| 6                | X6         | 3.05  |
| 7                | X7         | 3.29  |
| 8                | X8         | 3.20  |
| 9                | X9         | 3.25  |
| 10               | X10        | 3.36  |
| 11               | X11        | 3.29  |
| 12               | X12        | 3.23  |
| 13               | X13        | 3.22  |
| 14               | X14        | 3.36  |
| 15               | X15        | 3.25  |
| 16               | X16        | 3.20  |
| <b>Jumlah</b>    |            | 51.77 |
| <b>Rata-rata</b> |            | 3.23  |

Bedasarkan tabel rekapitulasi di atas pada Variabel X, bahwa nilai terendah terdapat pada pernyataan ke 3 yang isi dari pernyataan tersebut adalah “Tulisan “dokternya asli kok” pada video iklan tersampaikan dengan jelas”. Sedangkan untuk nilai tertinggi terletak pada pernyataan ke 10 yang isi dari pernyataan tersebut adalah “Warna yang di tampilkan dalam iklan sesuai dengan warna yang digunakan dalam aplikasi halodoc” dan pernyataan ke 14 yang isi dari

pernyataan tersebut adalah “Alur iklan aplikasi sesuai dengan perilaku keseharian masyarakat”.

**Table 4.38**  
**Rekapitulasi Variabel Y (Penggunaan Aplikasi)**

| No.              | Pernyataan | Mean  |
|------------------|------------|-------|
| 1                | Y1         | 3.33  |
| 2                | Y2         | 3.20  |
| 3                | Y3         | 3.39  |
| 4                | Y4         | 3.40  |
| 5                | Y5         | 3.39  |
| 6                | Y6         | 3.34  |
| 7                | Y7         | 3.31  |
| 8                | Y8         | 3.41  |
| 9                | Y9         | 3.34  |
| 10               | Y10        | 3.35  |
| 11               | Y11        | 3.25  |
| 12               | Y12        | 3.34  |
| 13               | Y13        | 3.31  |
| 14               | Y14        | 3.25  |
| <b>Jumlah</b>    |            | 46.68 |
| <b>Rata-rata</b> |            | 3.33  |

Bedasarkan tabel rekapitulasi di atas pada Variabel Y, bahwa nilai terendah terdapat pada pernyataan ke 2 yang isi dari pernyataan tersebut adalah “Produk aplikasi halodoc sudah melakukan rebranding terhadap produk mereka supaya masyarakat mengenal aplikasi kesehatan tersebut melalui iklan ”. Sedangkan untuk nilai tertinggi terletak pada pernyataan ke 8 yang isi dari pernyataan tersebut adalah “Setelah memutuskan produkmana yang digunakan konsumen langsung menggunakan aplikasi tersebut karna berdasarkan kebutuhan konsumen”.

## F. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis uji regresi linear sederhana dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari pengaruh antara Variabel X (Iklan Televisi) dan Variabel Y (Keputusan penggunaan). Berikut perhitungan data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 26

**Table 4.39**

### Uji Determinasi

| Model Summary                |                   |          |                   |                            |
|------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                        | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                            | .794 <sup>a</sup> | .630     | .627              | 2.88330                    |
| a. Predictors: (Constant), y |                   |          |                   |                            |

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional satu variabel independent (X) dengan satu variabel dependent (Y). R disebut juga sebagai koefisien korelasi antara variabel pengaruh Iklan televisi terhadap keputusan penggunaan aplikasi sebesar 0,794 yang artinya variabel Iklan televisi berpengaruh dengan keputusan pembelian. Dan hal tersebut dapat diketahui melalui :

- a. 0,00 – 0,20 = sangat rendah atau sangat lemah
- b. 0,20 – 0,40 = rendah atau lemah
- c. 0,40 – 0,70 = cukup atau sedang
- d. 0,70 – 0,90 = tinggi atau kuat
- e. 0,90 – 1,00 = sangat tinggi atau sangat kuat

Sedangkan R square (koefisien determinasi) dapat dibaca bahwa nilai R square sebesar 0,630. Angka tersebut menjelaskan bahwa pengaruh iklan televisi terhadap keputusan penggunaan adalah sebesar 63.0% sementara sisanya 37.0 % dipengaruhi factor lain diluar penelitian ini. Dapat dikatakan bahwa pengaruh iklan cukup berpengaruh meskipun tidak signifikan pada keputusan penggunaan dari para responden.

**Tabel 4.40**  
**Coefficients**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |        |       |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |
| (Constant)                | 22.362                      | 1.511      |                           | 14.802 | <.001 |
| y                         | .470                        | .029       | .794                      | 16.287 | <.001 |

a. Dependent Variable: x

**Sumber : Hasil Perhitungan SPSS**

Keterangan persamaan regresi :

$$Y = a + bX$$

Diketahui :

Y : Keputusan penggunaan

X : Pengaruh Iklan Televisi

a : angka konstan pada penelitian ini 22.362

b : angka koefisien pada penelitian ini sebesar 0.470

bedasarkan keterangan persamaan regresi linear sederhana di atas maka persamaan regresinya menjadi  $Y = 22.362 + 0.470 X$ . Apabila nilai  $X = 0$  maka  $Y = 22.362$ , dan jika  $X = 1$  maka  $Y = 22.832$ .

### G. Koefisien Regresi (Uji t)

Analisis uji regresi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independent (X) yaitu Pengaruh Iklan Televisi variabel dependent (Y) yaitu keputusan penggunaan yang diuji pada tingkat signifikansi 0,1 dan derajat kebebasan n-2 yang dihitung menggunakan rumus uji t :

- Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$   $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (terdapat pengaruh)
- Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$   $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak terdapat pengaruh) Rumus uji t :

Keterangan :

r = koefisien korelasi antara X dan Y ( 0,794 )

n = jumlah sampel ( 158 )

Maka perhitungannya adalah :

$$t = \frac{0,794\sqrt{158-2}}{\sqrt{1-0,794}}$$

$$t = \frac{0,794\sqrt{156}}{\sqrt{1-0,794}}$$

$$t = \frac{0,794 \times 12,489}{\sqrt{1-0,794}}$$

$$t = \frac{9,916}{0,20}$$

$$t = 49,58$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, nilai t hitung yaitu 49,58. Sedangkan dengan nilai t tabel dengan taraf kepercayaan 90% atau nilai signifikansi 10% dapat dicari sesuai dengan jumlah responden.

Dalam penelitian ini jumlah responden (n) = 158, maka derajat bebasnya (df)  $n - 2 = 158 - 2 = 156$ . Dengan derajat kebebasan 50 dan tingkat signifikansi 10%, maka didapatkan t hitung 49,58 dan t tabel 1,313.

Nilai t hitung  $49,58 > t$  tabel 1,313, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti ada Pengaruh antara iklan televisi terhadap keputusan penggunaan aplikasi halodoc versi”dokternya asli kok”.

**Table 4.41**

| ANOVA <sup>a</sup>           |            |                |     |             |         |                    |
|------------------------------|------------|----------------|-----|-------------|---------|--------------------|
| Model                        |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F       | Sig.               |
| 1                            | Regression | 2205.279       | 1   | 2205.279    | 265.267 | <.001 <sup>b</sup> |
|                              | Residual   | 1296.898       | 156 | 8.313       |         |                    |
|                              | Total      | 3502.177       | 157 |             |         |                    |
| a. Dependent Variable: x     |            |                |     |             |         |                    |
| b. Predictors: (Constant), y |            |                |     |             |         |                    |

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS)

Berdasarkan tabel 4.44 Anova dapat dilihat hasil angka F sebesar 265,267 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001, karena angka propabilitas  $0,001 <$

0,05, maka model regresi ini layak digunakan dalam memprediksi Pengaruh iklan televisi terhadap keputusan penggunaan aplikasi halodoc versi”dokternya asli kok”.

## **H.Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini membahas tentang dua variabel yaitu Pengaruh iklan teevisi (X) dan Keputusan Penggunaan (Y). Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki jumlah 158 responden. Responden ini merupakan warga masyarakat kompleks cakra, berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat dijelaskan bahwa sejumlah responden mayoritas adalah Laki-laki yang berjumlah 92 orang atau 58,2% dan Perempuan yang berjumlah 66 orang atau 41,8%( table 4.1) dan mayoritas berumur 31-45 Tahun berjumlah 95 orang atau 60,1% dan yang berumur 20-30 berjumlah 63 orang atau 39,9%( tabel 4.2 ). Dan dapat disimpulkan bahwa penelitian kali ini memiliki 158 responden yang menggunakan produk Aplikasi halodoc. Para responden ini merupakan pengikut warga masyarakat yang tinggal di kompleks cakra pada periode Juni – Juli 2022.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dan analisis data dapat dijelaskan bahwa responden berjenis kelamin Laki Laki mendominasi penelitian ini dengan jumlah responden sebanyak 92 responden dengan persentase 58,2 %.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel X yaitu iklan televisi memiliki beberapa dimensi yakni Heard word & sound efek(Voice) adalah kata atau ucapan yang terdengar dalam iklan,music(lagu atau irama yang mengiringi tayangan iklan),seen word(kata-kata atau ucapan yang terlihat dan memiliki manfaat mendukung produk yang diiklankan),picture(gambar atau tayangan iklan yang meliputi objek yang digunakan),colour(perpaduan dan keserasian warna tulisan dan gambar),movement(Gerakan dalam tayangan iklan yang dapat memberi dampak pengaruh terhadap emosi pemirsa). (Menurut Rossiter dan Percy (2016: 209).

Berdasarkan teori tersebut maka hasil penelitian membuktikan bahwa iklan televisi dapat dilihat dari variabel X pada kuisisioner penelitian.dan secara keseluruhan responden menilai dimensi heard word & sound effect,music,seen word,picture,colour,dan movement pada iklan televisi dapat dikatakan setuju,hal



ini di tunjukan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel X iklan televisi sebesar 3,23.

Menurut Kotler dan Keller (2016:194) terdapat lima proses pengambilan keputusan agar bisa terwujud dengan baik yaitu *problem recognition* (pengenalan masalah), *information search* (pencarian informasi), *alternative evaluation* (evaluasi alternatif), *purchase decision* (keputusan pembelian), *post- purchase decition* (perilaku pasca pembelian) dan berdasarkan teori yang ada maka hasil penelitian yang telah dibuktikan diperoleh melalui kuisisioner dan responden yang menilai dimensi dari keputusan penggunaan tergolong setuju. Hal ini dapat dilihat melalui dari hasil rata-rata jawaban para responden pada variabel Y keputusan penggunaan yaitu sebesar 3,33.

Hipotesis bedasarkan hasil penelitian yang telah diberlakukan maka mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh Konten Iklan televisi terhadap Keputusan Penggunaan aplikasi halodoc. Dari hasil analisis statistic regresi linear sederhana diperoleh nilai korelasi ( $r$ ) sebesar 0,794 variabel X iklan Televisi berpengaruh cukup besar dengan variabel Y yakni keputusan penggunaan aplikasi. Dan pada bagian dari R Square (koefisien determinasi) dapat dibaca bahwa nilai R square sebesar 0,630. Angka tersebut menjelaskan bahwa pengaruh iklan televisi terhadap keputusan penggunaan adalah sebesar 63,0% sementara sisanya 37,0 % dipengaruhi faktor lain diluar penelitian ini. Dapat dikatakan bahwa iklan televisi banyak mempengaruhi pada keputusan penggunaan dari para responden.

Hasil uji Hipotesis diperoleh thitung = 49,58 dengan  $df = 158 - 2 = 156$  dan  $t_{Tabel} = 1,313$ . karena  $thitung (49,58) > ttabel 1,313$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian, maka terdapat pengaruh iklan televisi terhadap Keputusan Penggunaan aplikasi halodoc dan terbukti signifikan.

