

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan konsumen dalam menggunakan layanan kesehatan mental secara daring = analysis of consumers willingness to purchase factors toward online mental health services

Vibi Larassati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20506579&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan konsumen Indonesia untuk menggunakan layanan kesehatan mental secara daring. Ada enam faktor yang diteliti dalam penelitian ini: literasi e-Health (e-Health literacy), persepsi kompetensi (perceived competence), persepsi kredibilitas e-WOM (perceived e-WOM credibility), persepsi harga (perceived price), dan keinginan untuk membeli (willingness to purchase). Model konseptual direplikasi dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya untuk melakukan analisis hubungan antar variabel dan partial least square structural equation modelling (PLS-SEM) digunakan untuk menguji model konseptual. Sebanyak 295 tanggapan dari responden digunakan dalam analisis data. Penelitian kualitatif berupa wawancara dengan beberapa responden survei juga dilakukan untuk mempertajam analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kompetensi, persepsi kredibilitas e-WOM dan persepsi harga memiliki pengaruh positif terhadap kesediaan konsumen Indonesia untuk membeli layanan kesehatan mental daring.

The study aims to analyse the factors that influence the Indonesian consumers' willingness to purchase towards online mental health services. There are six factors examined in this research: e-Health literacy, perceived competence, perceived e-WOM credibility, price perception, and willingness to purchase. A conceptual model is replicated from previous research to find the correlation between each variable and partial least square structural equation modeling (PLS-SEM) was used to test the conceptual model. A total of 295 responses were used in the data analysis. Some interviews with some survey respondents were also conducted to deepen the analysis. The result of the research shows that perceived competence, perceived e-WOM credibility and price perception have a positive influence on Indonesian consumers' willingness to purchase online mental health services.