

## ABSTRAK

### **TB RIKI IRAMADONA NIM 2017176020. Pengaruh Tingkat Promosi Dan Harga Terhadap Jumlah Pengguna Aplikasi Halodoc Di Tengah Pandemi Covid 19. Dibawah bimbingan ANI SISKAMY, SH, MM, MSM**

Dunia saat ini menghadapi era digitalisasi dimana akan memudahkan manusia dalam berinteraksi di berbagai aspek kehidupan. Pada masa pandemi covid 19 ini, aplikasi kesehatan adalah salah satu bentuk *e-commerce* yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Menurut tempo.co.id pengguna aplikasi kesehatan masih 10% dari penduduk Indonesia sedangkan menurut (DS Research & Fitco, 2019) harga dan promosi menjadi isu utama masyarakat masih belum menggunakan aplikasi kesehatan. Salah satu aplikasi kesehatan yang diminati dan yang dipikirkan oleh masyarakat menurut *Survey* (DS Research & Fitco, 2019) adalah Halodoc. Masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh promosi dan harga terhadap jumlah pengguna halodoc ditengah pandemi Covid 19 dengan kerangka pemikiran yaitu Promosi (X1), Harga (X2) dan Jumlah Pengguna (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kuantitatif. Karena populasi pengguna Halodoc tidak diketahui secara pasti maka teknik pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan non-probability jenis purposive sampling. Jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 100 responden dan berbasis online menggunakan google form. Karakteristik responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah pengguna yang melakukan transaksi lebih dari satu kali dan berusia minimal 18 tahun. Persamaan analisis regresi berganda  $Y = 5,455 + 0,311X_1 + 0,687X_2$ . Analisis Koefisien Determinasi  $R^2$  menunjukkan bahwa pengaruh Promosi (X1) dan Harga (X2) secara simultan terhadap Jumlah Pengguna (Y) adalah sebesar 72,60%. Uji t menunjukkan H1 diterima dengan nilai  $t_{hitung} 5,208 > 1,644$  sedangkan H2 diterima dengan nilai  $t_{hitung} 4,200 > 1,644$  dan H3 diterima dengan nilai  $F_{hitung} 132,24 > F_{tabel} 3,94$ . Jadi kesimpulannya bahwa promosi dan harga secara parsial dan bersama-sama berpengaruh terhadap jumlah pengguna.

*Kata Kunci: Halodoc, Aplikasi Kesehatan, Promosi, Harga, Pengguna*

## **ABSTRACT**

**TB RIKI IRAMADONA NIM 2017176020. *The Effect of Promotion and Price Levels on The Quantity of Halodoc App Users During of the Covid 19 Pandemik. Under the guidance of ANI SISKAMY, SH, MM, MSM***

*Nowadays, world faces globalization era whereby it will gives people interact convenience. Indonesia has a fast e-commerce growth because of the internet use. In this Covid-19 pandemic, health care application is one of the most needed e-commerce in public. According to tempo.co.id, health care application users are still 10% of Indonesia's population, whereas according to DS Research & Fitco (2019), the price and promotion became the main issue of people who don't use health care application yet. The main problem is how the influence of promotion and price toward HaloDoc number of users in the middle of Covid-19 pandemic with framework Promotion (X1), Price (X2) and Number of Users (Y). This is a quantitative research. Because of HaloDoc users are unknown precisely, the sampling technique in this research is using non-probability with purposive sampling type. Number of samples in this research are 100 respondents and online based with using the Google Form by Whatsapp. The sample of the respondents' characteristics in this research is HaloDoc users that had transactions more than one time and with minimum of age is 18 years old. Equation of double regression analysis  $Y = 5,455 + 0,311 X1 + 0,687 X2$ . Coefficient Determination  $R^2$  Analysis shows that the influence of Promotion (X1) and Price (X2) toward simultaneously the number of users (Y) is 72,60%. T test shows that H1 is accepted with calculated value  $5,208 > 1,644$ , meanwhile H2 is accepted with calculated value  $4,200 > 1,644$  and H3 is accepted by calculated value  $F 132,24 > Table F 3,94$ . The conclusion is both of the promotion and price influence the number of users partially.*

**Keywords :** Halodoc, health app, Promotion, Price, User