

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. F. (2024). REVOLUSI DIGITAL KESEHATAN: MENINGKATKAN LAYANAN DENGAN KECERDASAN BUATAN. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(10). <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/50093/10724>
- Adyana, A., Kumalasari, F., & Astaginy, N. (2023). Pengaruh Iklim Organisasi Dan Beban Kerja Terhadap Stres Kerja Perawat Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Buton Tengah. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 1(2), 233–239. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jakbs/index>
- Afrianti, F. (2021). PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA ANGGOTA KEPOLISIAN PADA SATUAN SABHARA DI POLRES SOLOK SELATAN. *Jurnal AKRAB JUARA*, 6(1), 128–140.
- Alawiyah, T., & Kamaluddin, N. (2022). Faktor Penentu Pembayaran Zakat, Infaq, Shodaqoh (Zis) Melalui Fintech. *Monex Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, 11(01), 22–29. <https://doi.org/10.30591/monex.v11i01.2893>
- Albar, I., & Permatasari, B. (2024). Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Melalui E-Commerce Di Lampung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2), 115–129. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/view/58703>
- Alzaydi, Z. (2024). Examining the mediating effect of multi-channel integration quality in the relationship with service quality, customer satisfaction and customer loyalty in the Saudi banking sector. *Management and Sustainability: An Arab Review*, 3(2), 132–149. <https://doi.org/10.1108/MSAR-12-2022-0061>
- Andianto, K., & Firdausy, C. M. (2020). Pengaruh Perceived Value, Perceived Quality dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty Warunk Upnormal di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 758–764. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9589>
- Andriyani, V., Maro'ah, S., & Mauliddah, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Tissue “See U” Di Surabaya. *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 69–76. <https://journal.um-surabaya.ac.id/improvement/article/view/17131%0Ahttps://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/improvement/article/viewFile/17131/5925>
- Antara. (2025). *Berkat aplikasi mobile JKN, Nurul dapat mengakses layanan administrasi di manapun berada*. <https://sulteng.antaranews.com/berita/316836/berkat-aplikasi-mobile-jkn-nurul-dapat-mengakses-layanan-administrasi-di-manapun-berada>
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. (2021). PELATIHAN PENGUJIAN HIPOTESIS STATISTIKA DASAR DENGAN SOFTWARE R. *Jurnal BUDIMAS*, 3(2), 327–334. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/2412>
- App Store. (2024). *No Title*. appstore.com
- Arifin, M. J. (2021). Strategi Islamic Branding Dalam Membangun Kepercayaan

- Konsumen. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 08(1), 67–83.
<http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/>
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Ayuningtyas, A., & Rahayu, F. (2023). PENGARUH BRAND TRUST , PRODUCT QUALITY , BRAND IMAGE , CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CONSUMER LOYALTY Pengaruh Brand Trust , Product Quality , Brand Image , Sumber : (World Instant Noodles Association , 2023) tertinggi kedua menurut data WINA . Pada ta. : : *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14(3).
<https://journal.ikopin.ac.id/index.php/covalue/article/view/3696>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14.
<https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Bilhaq, M. F. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Perusahaan Halodoc di Kota Bandung*. Universitas Telkom, S1 Administrasi Bisnis.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/203426/slug/pengaruh-kualitas-pelayanan-dan-kepuasan-pelanggan-terhadap-loyalitas-pelanggan-perusahaan-halodoc-di-kota-bandung.html>
- Bowen, J. T., Baloglu, S., & Kotler, P. (2022). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Publisher Education. <https://doi.org/10.4324/9781032688497-2>
- Busti, M. F., Yuliharsi, & Rivai, H. A. (2023). Pengaruh Beban Kerja dan Resiliensi terhadap Job Burnout dengan Stres Kerja sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(2), 632–640.
<https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.566>
- Candiwan, & Wibisono, C. (2021). Analysis of the influence of website quality to customer's loyalty on e-commerce. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 12(1), 83–102. <https://doi.org/10.7903/IJECS.1892>
- Dasser, A. M., Dotulong, L. O. ., & Loindong, S. S. . (2024). Pengaruh Corporate Reputation Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia Oleh Konsumen Desa Tateli Satu Yang Dimediasi Oleh Trust. *Jurnal EMBA*, 12(03), 400–411.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/57024>
- Davitia, F. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen yang Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
<https://eprints.untirta.ac.id/15196/>
- Dewi, I. R., Michel, R. J., & Puspitarini, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Prima Freshmart Cirebon. *Jurnal Maneksi*, 11(1), 314–321.

<https://doi.org/10.31959/jm.v1i1i1.1080>

- Dihni, V. A. (2022). *Alasan Warga Gunakan Telemedik, dari Hemat Waktu sampai Hemat Biaya*. <https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/0313dec571c77cf/alasan-warga-gunakan-telemedik-dari-hemat-waktu-sampai-hemat-biaya>
- Duryadi. (2021). Metode Penelitian Empiris, Model Path Analysis dan Analisis Smart PLS. In *Semarang: Yayasan Prima Agus teknik, STEKOM*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Fadhilah, F. N., & Rubiyanti, N. (2023). Consumer Satisfaction Analysis Towards Store Atmosphere And Location Using Importance-Performance Analysis. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik (JMIL)*, 7, 281–298.
- Faizah, O. A., Suparti, S., & Hoyyi, A. (2021). Analisis Technology Acceptance Model Pada Aplikasi Platform Shopee Dengan Pendekatan Partial Least Square (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Gaussian*, 10(4), 423–434. <https://doi.org/10.14710/j.gauss.v10i4.33100>
- Fauziah, F., Febrilia, I., & Sari, D. A. P. (2023). “Pengaruh Customer Experience dan Customer Trust Terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening: Studi pada Pengguna E-commerce di JABODETABEK.” *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah* 2, 8(3), 3039–3051. <https://jim.usk.ac.id/sejarah/article/view/26365>
- Febryaningrum, V., Buana, A. V., Rohman, A. F., Rochmah, A. N., Soraya, A., & Suparta, I. M. (2024). Penggunaan Analisis Structural Equation Modelling (SEM) Dengan PLS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Intervening Terhadap Hubungan Variabel Independen Dan Variabel Dependen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 258–266. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Ghazali, A. El, & Samaria, S. (2024). Pengaruh Konten Instagram Halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Gen Z. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 333–346. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.1159>
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris*. Yoga Pratama.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/5290>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition*. SAGE.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Square Structural Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5
- Halodoc. (n.d.). *Tertarik untuk Menjalankan Misi Simplifying Healthcare di Indonesia?* <https://www.halodoc.com/karir-dokter>
- Halodoc. (2021). *Lima Tahun Berinovasi, Halodoc Terus Fokus Jawab Tantangan Kesehatan di Indonesia*. <https://www.halodoc.com/artikel/lima-tahun->

berinovasi-halodoc-terus-fokus-jawab-tantangan-kesehatan-di-indonesia?srsId=AfmBOoo5uAqrU3ESVPUudchc4AeHHeB9X1Xypekka-YRVHjl5fHBT_0

Halodoc. (2024). *No Title*. <https://www.halodoc.com>

Haron, R., Abdul Subar, N., & Ibrahim, K. (2020). Service quality of Islamic banks: satisfaction, loyalty and the mediating role of trust. *Islamic Economic Studies*, 3–23. <https://doi.org/10.1108/ies-12-2019-0041>

Haryono, G., & Albetris, A. (2022). Peranan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Pemanfaatan E-Tourism Marketing untuk Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 136–143. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.509>

Hasibuan, L. (2020). *Gegara Corona, Bisnis Halodoc Tumbuh 600% dalam Dua Bulan*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200608153553-37-163900/gegara-corona-bisnis-halodoc-tumbuh-600-dalam-dua-bulan>

Hayes, A. F. (2022). *Introduction to Mediation, Moderator, and Conditional Process Analysis A Regression-Based Approach*. The Guilford Press. <https://books.google.co.id/books?id=-P-BzgEACAAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

Herniwati, J., Suhartati, L., Thermi, E., & Safira, K. (2021). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Loyalitas Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *HUMANIS: Humanities, Management and Science Proceedings*, 1(2), 600–607. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH/article/view/11798>

Huddin, M. N., Kurnia, D., Deviyantoro, D., & Nafiudin, N. (2023). The relationship between customer experience, customer satisfaction, customer trust, and customer loyalty in tourism destination. *Diponegoro International Journal of Business*, 6(2), 142–154. <https://doi.org/10.14710/dijb.6.2.2023.142-154>

Iba, Z., & Wardhana, A. (2022). *Metode Penelitian*. CV Eureka Media Aksara.

Indo Telko. (2021). *Halodoc ungkap perilaku pengguna selama pandemi*. <https://www.indotelko.com/read/1614643309/halodoc-pandemi>

Indonesiabaik. (2024). *Orang Indonesia Makin Melek Internet*. <https://indonesiabaik.id/index.php/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet-1>

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. <https://play.google.com/books/reader?id=PYfCDwAAQBAJ&pg=GBS.PR1&hl=id>

Iskandar. (2023). *7 Tahun Beroperasi di Indonesia, Ini Kunci Sukses Halodoc yang Sekarang Punya 20 Juta Pengguna Aktif*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/5254705/7-tahun-beroperasi-di-indonesia-ini-kunci-sukses-halodoc-yang-sekarang-punya-20-juta-pengguna-aktif>

Izzah, F. N., Munfiah, A., Apriliani, S. T., Risdiyanti, V. P., & Pratiwi, R. (2022). Intensitas Kepercayaan Konsumen, Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Customer Chatime Di Mall Ciputra Semarang. *Al-KALAM JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 9(1), 47–59.

- <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v9i1.5248>
- Jatmiko, L. D. (2023a). *Halodoc PHK Karyawan, Pengobatan Offline Disebut Lebih Dipercaya dari Telemedisin*. <https://teknologi.bisnis.com/read/20231116/266/1715103/halodoc-phk-karyawan-pengobatan-offline-disebut-lebih-dipercaya-dari-telemedisin>
- Jatmiko, L. D. (2023b). *Halodoc PHK Karyawan, Pengobatan Offline Disebut Lebih Dipercaya Pascapandemi*. <https://ekonomi.espos.id/halodoc-phk-karyawan-pengobatan-offline-disebut-lebih-dipercaya-pascapandemi-1796864>
- Jayanti, R. D., & Hidayati, N. (2022). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Switching Cost Sebagai Variable Mediasi. *Ekuivalensi: Jurnal Ekonomi Bisnis*, 8(1), 14–28. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.653>
- Jufrizen, J., & Rahmadhani, K. N. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Lingkungan Kerja Sebagai Variabel Moderasi. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(1), 66–79. <https://doi.org/10.26533/jmd.v3i1.561>
- Kadarisman, R. (2023). *THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE ON LAZADA'S CUSTOMER LOYALTY THROUGH TRUST AS INTERVENING VARIABLE*. Universitas Telkom, S1 Administrasi Bisnis (International Class). <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/200038/slug/the-effect-of-customer-experience-on-lazada-s-customer-loyalty-through-trust-as-intervening-variable.html>
- Kartika, T., Firdaus, A., & Najib, M. (2020). Contrasting the drivers of customer loyalty; financing and depositor customer, single and dual customer, in Indonesian Islamic bank. *Journal of Islamic Marketing*, 11(4), 933–959. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0040>
- Keller, K. L., Chernev, A., & Kotler, P. (2022). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Khan, S. M., Ali, M., Puah, C. H., Amin, H., & Mubarak, M. S. (2022). Islamic bank customer satisfaction, trust, loyalty and word of mouth: the CREATOR model. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(5), 740–766. <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2022-0017>
- Kompas. (2023). *Kecerdasan Buatan Tidak Akan Gantikan Peran Tenaga Kesehatan*. https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/03/08/kecerdasan-buatan-tidak-akan-gantikan-peran-tenaga-kesehatan?utm_source=chatgpt.com
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0*. John Wiley & Sons.
- Kurniadi, H., & Rana, J. A. S. (2023). The power of trust: How does consumer trust impact satisfaction and loyalty in Indonesian digital business? *Innovative Marketing*, 19(2), 236–249. [https://doi.org/10.21511/im.19\(2\).2023.19](https://doi.org/10.21511/im.19(2).2023.19)
- Leclercq-Machado, L., Alvarez-Risco, A., Esquerre-Botton, S., Almanza-Cruz, C., de las Mercedes Anderson-Seminario, M., Del-Aguila-Arcenales, S., & Yáñez, J. A. (2022). Effect of Corporate Social Responsibility on Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty of Private Banking Companies in Peru. *Sustainability (Switzerland)*, 1–17. <https://doi.org/10.3390/su14159078>

- Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2), 2021. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/view/35564>
- Lianti, M., Aprianto, R., & Efrianti, Y. (2023). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Moderasi Di Kantor Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Kabupaten Musi Rawas. *ESCAF 2nd*, 115–123.
- Liputan6. (2024). *Cara Verifikasi Akun JKN Mobile: Panduan Lengkap untuk Pengguna Baru dan Lama*. <https://www.liputan6.com/feeds/read/5763152/cara-verifikasi-akun-jkn-mobile-panduan-lengkap-untuk-pengguna-baru-dan-lama>
- Madiawati, P. N., Pradana, M., & Miranda, S. (2021). Effects of Service Quality, Value Perception and Loyalty on Customer Satisfaction: Case of a Local Restaurant in South Bandung, Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 22(1), 19–29. <https://doi.org/10.24198/jbm.v22i1.489>
- Maesaroh, A., & Nurtjahjadi, E. (2024). THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION LIVIN BY MANDIRI IN BANDUNG CITY. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7, 971–978. https://www.researchgate.net/publication/385142596_THE_INFLUENCE_OF_E-SERVICE_QUALITY_ON_CUSTOMER_LOYALTY_MEDIATED_BY_CUSTOMER_SATISFACTION_LIVIN_BY_MANDIRI_IN_BANDUNG_CITY_PENGARUH_E-SERVICE_QUALITY_TERHADAP_CUSTOMER_LOYALTY_YANG_DIMEDIASI_OLEH_CUSTO
- Mahmudah, R. (2024). *Pengaruh Customer Experience dan Customer service quality Terhadap Customer perceived value dan Customer Satisfaction Serta Dampaknya Terhadap Customer Loyalty Cinema XXI di Kota Bandung - Dalam bentuk buku karya ilmiah*. Universitas Telkom, S1 Manajemen (Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika). <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/209631/slug/pengaruh-customer-experience-dan-customer-service-quality-terhadap-customer-perceived-value-dan-customer-satisfaction-serta-dampaknya-terhadap-customer-loyalty-cinema-xxi-di-kota-bandu>
- Marwanah, S., & Shihab, M. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik dan Kepuasan Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(7), 2804–2822. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Maulany, R. F., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Akses Kesehatan. *Indonesian Journal of Pharmacy and Natural Product*, 4(2), 142–149. <https://doi.org/10.35473/ijpnp.v4i2.1161>
- Mentari, G. B., & Susilawati. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI AKSES PELAYANAN KESEHATAN DI

- INDONESIA. *Jurnal Health Sains*, 9(6), 356–363. https://www.researchgate.net/publication/361866649_Faktor-Faktor_yang_Mempengaruhi_Akses_Pelayanan_Kesehatan_di_Indonesia/fulltext/63a88a56a03100368a2a2c3e/Faktor-Faktor-yang-Mempengaruhi-Akses-Pelayanan-Kesehatan-di-Indonesia.pdf
- Morreale, M., Cohen, I., Van Wert, M., Beccera, A., Miller, L., Narrow, W., Schweizer, B., Straub, J., Zandi, P., & Ruble, A. (2023). Determinants of experience & satisfaction in telehealth psychiatry during the COVID-19 pandemic for patients & providers. *Frontiers in Psychiatry*, 14, 1–13. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2023.1237249>
- Murima, W. H., Prayogi, A. R. Y., Rahvy, A. P., Djunaedi, N., & Dhamanti, I. (2022). Telemedicine use in health facility during covid-19 pandemic: Literature review. *Indonesian Journal of Health Administration*, 10(2), 251–260. <https://doi.org/10.20473/jaki.v10i2.2022.251-260>
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2021). *KONSEP DASAR STRUCTURAL EQUATION MODEL- PARTIAL LEAST SQUARE (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS*. Pascal Books. <https://books.google.co.id/books?id=KXpjEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Muttaqiin, N., Rasyid, R. A., & Candraningrat, C. (2021). Pengaruh Citra (Images), Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction), Kepercayaan Konsumen (Customer Trust) Dan Loyalitas Konsumen (Customer Loyalty) Pada Perusahaan Agen Asuransi Di Surabaya. *Media Mahardhika*, 20(1), 173–181. <https://doi.org/10.29062/mahardika.v20i1.332>
- Oktaviani, V. P., Suci, R. P., Zulkifli, & Hermawati, A. (2022). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CUSTOMER TRUST SEBAGAI VAARIABEL MEDIASI (Studi Pada Konsumen Perumahan Graha Singhajaya). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(1), 27–38. <https://www.bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/2551>
- Opinion Park. (2024). *Dokter Online atau Offline, Mana Yang Indonesia Lebih Suka?* https://opinion-park.com/787/tentang-dokter-online_vol-2
- Orrange, S., Patel, A., Mack, W. J., & Cassetta, J. (2021). Patient satisfaction and trust in telemedicine during the COVID-19 pandemic: Retrospective observational study. *JMIR Human Factors*, 8(2), 1–12. <https://doi.org/10.2196/28589>
- Panday, R., & Nursal, M. F. (2021). The The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(1), 171–180. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i1.300>
- Patradhiani, R., Amelia, M., & Rosyidah, M. (2022). Pengaruh Keselamatan Kesehatan Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Dengan Metode Partial Least Square. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 8(2), 305–313. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jti/article/view/19930>
- Play Store. (2024). *No Title*. playstore.com
- Pradana, M., Syarifuddin, S., Hafid, H., Gilang, A., & Diandri, M. (2019). Purchase

intention determinants of halal food in secular countries. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(4), 83–89.

- Prasetya, S. A. (2023). “Telemedicine” dan Transformasi Kesehatan Pascapandemi. <https://news.detik.com/kolom/d-6543448/telemedicine-dan-transformasi-kesehatan-pascapandemi>
- Prasetyo, Y., & Cahyana, A. S. (2021). Analysis of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at the Surya Mart Mart Business Center using the Structural Equation Modeling Method. *Procedia of Engineering and Life Science*, 1(2). <https://doi.org/10.21070/pels.v1i2.1035>
- Pratama, R. A. P., & Kristiawati, I. (2023). PENGARUH MARKETING COMMUNICATION, EXPERIENTIAL MARKETING, DAN CUSTOMER TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PT. ANDALAN PACIFIC SAMUDRA. *Yos Soedarso Economics Journal*, 5(3), 52–69. <https://ejurnal.uniyos.ac.id/index.php/ysej-server/article/view/yej5306/284>
- Prawengtingtyas, E., Hamada, M. N. A., Aulia, N. A., Puspitasari, D. A., Yusuf, V. M., & Amar, N. (2023). Potensi Implementasi Telemedicine (Telekonsultasi, Telemonitoring, dan Telenutrisi) pada Penyakit Kronis Pasca Pandemi COVID-19 sebagai Upaya Resiliensi Bangsa Indonesia. *Jurnal Klinik Dan Riset Kesehatan*, 365–373. <https://doi.org/10.11594/jk-risk.02.3.6>
- Prudential Syariah. (2025). *Telehealth di Indonesia: Solusi Praktis untuk Akses Layanan Kesehatan*. <https://www.prudentialsyariah.co.id/id/pulse/article/telehealth-di-indonesia/>
- Purnastyasih, D., & Prasojo, E. (2023). The Determinant of Trust in Telemedicine: A Systematic Review. *Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik*, 27(1), 51–64. <https://journal.ugm.ac.id/jkap/article/view/82724>
- Puspadini, M. (2023). *Selain Astra, Halodoc Juga Disuntik Dua Perusahaan Ini*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230731145240-17-458786/selain-astra-halodoc-juga-disuntik-dua-perusahaan-ini#:~:text=Jakarta%2C%20CNBC%20Indonesia%20Platform%20kesehatan,Openspace%20Ventures%20serta%20Novo%20Holdings>
- Pusparisa, Y. (2020). *Indonesia Peringkat ke-3 Global Memanfaatkan Aplikasi Kesehatan*. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/e7e5f757216d534/indonesia-peringkat-ke-3-global-memanfaatkan-aplikasi-kesehatan>
- Putranto, P. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. <https://books.google.co.id/books?id=B5t1EAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Putri, A. C. A., I, E. I. A., Ferdianto, M. T., P, M. D. R. A., Setiawan, A. S., Firmansyah, R., Nurhidayat, Setyowati, R., Djuwantoro, V. S., & Agustin, I. (2024). Pengaruh Persepsi, Motivasi Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Memilih Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(18), 192–217. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.1386992>
- Rachman, R., & Oktavianti, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Online (Survei Pengguna Produk Unipin). *Prologia*, 5(1), 148–153. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8200>

- Rahmasari, F. F., Wigati, P. A., & Budiyantri, R. T. (2023). Analisis Pengaruh Keputusan Penggunaan Telemedicine Halodoc di Kota Bogor. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 11(2), 190–202. <https://doi.org/10.14710/jmki.11.2.2023.190-202>
- Rainer, P. (2023). 5 Aplikasi Kesehatan Terbaik Indonesia 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/5-aplikasi-kesehatan-terbaik-indonesia-2023-mmwRx>
- Ramadhany, A., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada AP Garage (Bengkel Cat & Custom). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 199–206. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.511>
- Rejeki, S., & Ria Atmaja, D. (2022). Pengaruh Product Attribute Dan Customer Trust Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Value Dan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan Indomaret Di Jakarta Barat. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(4), 809–840. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i4.425>
- Rifa'i, M., Yati, W., & Susanti, R. A. D. (2020). Pengaruh Komitmen Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam Menggunakan Produk Jasa Titip Toko Online. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8, 61–72. <https://doi.org/10.33366/ref.v8i1.1812>
- Rifka, I. (2023). *PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA LUXCRIME*. Universitas Telkom, S1 Administrasi Bisnis. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/197944/slug/pengaruh-customer-relationship-management-terhadap-customer-loyalty-melalui-customer-satisfaction-sebagai-variabel-intervening-pada-luxcrime.html>
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/160613/buku-ajar-manajemen-pemasaran-di-era-masyarakat-industri-4-0.html>
- Ronasih, M. Y., & Widhiastuti, H. (2021). Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 5(1), 109–130. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v5i1.3303>
- Santoso, B. S., Budiyantri, R. T., & Nandini, N. (2024). Analisis Pemanfaatan Layanan Telemedicine Pasca Pandemi Covid-19 Di Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 12(2), 119–129. <https://doi.org/10.14710/jmki.12.2.2024.119-129>
- Saputra, Y. A., Jatmiko, & Faruk Sofyan, J. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Promosi di Instagram Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan di Layanan Spaylater. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 964–978. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10657438>
- Saragih, R., Liu, R., Putri, C. A., Fakhri, M., & Pradana, M. (2022). the Role of Loyalty and Satisfaction in Forming Word-of-Mouth Influence in a B2B Environment: Evidence From the Knitting Industry of Indonesia. *Journal of*

- Eastern European and Central Asian Research*, 9(3), 543–553.
<https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i3.889>
- Sari, E. M., & Mirza. (2023). PENGARUH ATRIBUT PRODUK, EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Azarine Hydrasoothe Sunscreen Gel SPF 45 PA ++++ di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8(4), 963–981.
<https://jim.usk.ac.id/EKM/article/view/27434>
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 308–316.
<https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/608>
- Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students Eight Edition*. Pearson Education.
- Sekretariat Jenderal DPR RI. (2022). Urgensi dan Tantangan Mempercepat Transformasi Digital Pada Layanan Kesehatan di Indonesia Meninjau Kebijakan Kewajiban BPJS Kesehatan Sebagai Syarat Pengurusan Peralihan Hak Tanah Kualitas Pelayanan Lembaga Pemasyarakatan / Rumah Tahanan Di Indonesia. *Sekretariat Jenderal DPR RI*, 02, 1–8.
<https://berkas.dpr.go.id/puskajianggaran/bib/public-file/bib-public-120.pdf>
- Septiawati, F. E., Fannya, P., Iqbal, M. F., & Widjaja, L. (2024). Hubungan Kualitas Layanan Elektronik dan Kualitas Informasi Aplikasi Halodoc Terhadap Kepuasan pada Pengguna. *Vitalis Medis: Jurnal Kesehatan Dan Kedokteran*, 1(4), 169–178. <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/vimed.v1i4.803>
- Siboro, M. D., Surjoputro, A., & Budiyantri, R. T. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN LAYANAN TELEMEDICINE PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI PULAU JAWA. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 9(5), 613–620.
<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jkm.v9i5.30762>
- Similar Web. (2025). *App Performance*.
https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/companyresearch/appanalysis/performance/1_1067217981/360/1m/
- SIP Law Firm. (2024). *Masa Depan Teknologi Kesehatan Indonesia di Era Digital*.
<https://siplawfirm.id/teknologi-kesehatan/?lang=id>
- Siswati, E., Iradawaty, sofiah N., & Imamah, N. (2024). *Costumer Relationship Management Dan Implementasinya Pada Perusahaan Kecil*. CV Eureka Media Aksara.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Sofiani, M., Sulhaini, S., & Sagir, J. (2022). Pengaruh Online Shopping Experience Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Shopee Dengan Customer Trust

- Sebagai Variabel Intervening. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 11(2), 120–134. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i2.711>
- Suara Bisnis. (2023). *Inovasi dan Strategi Marketing Jadi Kunci Halodoc Tingkatkan Kualitas Layanan Kesehatan*. <https://www.suara.com/bisnis/2023/04/06/105725/inovasi-dan-strategi-marketing-jadi-kunci-halodoc-tingkatkan-kualitas-layanan-kesehatan?page=all>
- Sucihati, S., & Suhartini, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Pt. Asuransi Ramayana Serang. *Jurnal Manajemen Perusahaan: JUMPA*, 1(1), 14–22. <https://doi.org/10.30656/jumpa.v1i1.4563>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyowati, A., Rianto, M. R., Handayani, M., & Bukhari, E. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Return dan Resiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2253–2260. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5956>
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN: PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(3), 110–116. <https://iicls.org/index.php/jer/article/view/238>
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117–1127. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Suryantini, I. G. A. A., & I Nyoman Sujana. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee di Kota Singaraja. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 116–122. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v11i1.60905>
- Syahputra, M. H., Mico, S., & Dimiyati, L. (2023). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Nabil Mulia Motor Pagar Alam. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 473–482. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/10048>
- Tannady, H., Wardhana, A., Nuryana, A., Sesario, R., Arief, I., Firdiansyah Suryawan, R., Bando, N., & Arif Hernawan, M. (2022). Analisis Peran Service Quality dan Brand Awareness dalam Meningkatkan Consumer Satisfaction pada Industri Ritel Food & Beverage (Studi Kasus Foodpedia). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6, 5282–5289. [https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3035137&val=20674&title=Analisis Peran Service Quality dan Brand Awareness dalam Meningkatkan Consumer Satisfaction pada Industri Ritel Food Beverage Studi Kasus Foodpedia](https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3035137&val=20674&title=Analisis%20Peran%20Service%20Quality%20dan%20Brand%20Awareness%20dalam%20Meningkatkan%20Consumer%20Satisfaction%20pada%20Industri%20Ritel%20Food%20Beverage%20Studi%20Kasus%20Foodpedia)
- Tempo. (2023). *CEO Halodoc: Pertumbuhan Pengguna di Masa Pandemi Naik 20 Kali Lipat*. <https://www.tempo.co/ekonomi/ceo-halodoc-pertumbuhan->

- pengguna-di-masa-pandemi-naik-20-kali-lipat-203369
- TikTok. (2024). *No Title*. tiktok.com
- TikTok. (2025). *No Title*. <https://vt.tiktok.com/ZSM7RabeB/>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. ANDI.
- Tupti, Z., Simarmata, K. S., & Arif, M. (2022). Faktor – Faktor Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening. *MANEGGIO:Ilmiah Manajemen Magister Manajemen*, 5(2), 161–176. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Tyas Pratiwi Eka Sari, & Kurniawati. (2022). Pengaruh CRM Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Online Shop. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 124–141. <https://doi.org/10.30656/jm.v12i2.5031>
- Vinata, P. A., & Adialita, T. (2024). The Influence of E-Service Quality and E-Trust on E-Customer Loyalty Mediated by E-Satisfaction on Alodokter Application Users in Bandung Raya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 9662–9673. <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/5915>
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in the Digital Era 4.0*. CV Eureka Media Aksara.
- Wibisono, A., Destryana, R. A., & Ghufrony, A. (2021). Pelatihan Partial Least Square (PLS) Bagi Mahasiswa. *Jurnal ABDIRAJA*, 4(2), 24–30. <https://doi.org/10.24929/adr.v4i2.1542>
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *Metodologi Penelitian*. CV Science Techno Direct.
- Wijaya, A., & Gischa, S. (2023). 9 Masalah Kesehatan Masyarakat di Indonesia. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/12/20/050000369/9-masalah-kesehatan-masyarakat-di-indonesia?page=all>
- Winata, S. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Biskuit Khong Guan (Studi kasus mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Prodi Manajemen). *ECo-Buss*, 3(2), 65–72. <https://www.neliti.com/id/publications/372934/pengaruh-citra-merek-harga-dan-kualitas-produk-terhadap-keputusan-pembelian-prod>
- Wreta, A. (2022). *Apa Itu Loyalitas Pelanggan? Faktor Penting dan Indikatornya*. <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6315228/apa-itu-loyalitas-pelanggan-faktor-penting-dan-indikatornya>
- X. (2024). *No Title*. x.com
- Yum, K., & Kim, J. (2024). The Influence of Perceived Value, Customer Satisfaction, and Trust on Loyalty in Entertainment Platforms. *Applied Sciences (Switzerland)*, 14, 1–17. <https://doi.org/10.3390/app14135763>
- Yunani, A., Sakti, M. R. P., Pradana, M., & Putra, A. (2024). Facilities and Service Quality's Impacts on Satisfaction: A Case of Indonesian Train Service Customers. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 21, 2091–2099. <https://doi.org/10.37394/23207.2024.21.171>
- Zhang, C. B., & Li, Y. (2019). How social media usage influences B2B customer

loyalty: roles of trust and purchase risk. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 34(7), 1420–1433. <https://doi.org/10.1108/JBIM-07-2018-0211>