

ABSTRAK

Layanan kesehatan di Indonesia mengalami transformasi digital yang pesat pasca pandemi, hal ini didorong oleh tingginya adopsi teknologi, internet dan kebutuhan akan layanan kesehatan yang lebih merata. Perubahan ini mendorong tumbuhnya berbagai platform telemedicine, seperti Halodoc yang menjadi platform telemedicine paling banyak digunakan di Indonesia, berhasil menjawab kebutuhan masyarakat akan layanan kesehatan digital melalui inovasi layanan yang lengkap dan praktis. Penelitian bertujuan untuk mengetahui Strategi *E-Loyalty* pada Aplikasi Layanan Kesehatan Digital pada Pengguna Halodoc di Indonesia.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 400 responden, menggunakan non-probability sampling dengan menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan teknik SEM PLS dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *User Experience* berpengaruh terhadap *E-Satisfaction*. *E-Service Quality* berpengaruh terhadap *E-Satisfaction*. *User Experience* berpengaruh terhadap *E-Loyalty*. *E-Service Quality* berpengaruh terhadap *E-Loyalty*. *E-Satisfaction* berpengaruh terhadap *E-Loyalty*. Selanjutnya, *User Experience* berpengaruh terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction*, dan *E-Service Quality* berpengaruh terhadap *E-Loyalty* melalui *E-Satisfaction*. Implikasinya Halodoc perlu memprioritaskan peningkatan pengalaman pengguna dan kualitas layanan untuk mendukung kepuasan, sehingga dapat membangun loyalitas pengguna secara berkelanjutan.

Kata kunci: *User Experience*, *E-Service Quality*, *E-Satisfaction* *E-Loyalty*.