Postgraduate Bosowa University Publishing (PBUP)

Indonesian Journal of Business and Management

*e*-ISSN: 2460-3767 *p*-ISSN: 2656-6885

https://postgraduate.universitasbosowa.ac.id/index.php/jbm

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PENGALAMAN PESERTA TERHADAP LOYALITAS PERUSAHAAN PLATINUM (PERUSAHAAN BESAR) MELALUI KEPUASAN PESERTA PADA BPJS KETENAGAKERJAAN CABANG PAPUA MIMIKA

*The Effect of Service Quality and Participant Experience on Platinum Company Loyalty (Large Companies) through Participant Satisfaction at BPJS Ketenagakerjaan Branch of Papua Mimika*

**Puguh Asmoro Hadi[1*], Miah Said[2], Muchlis Ruslan[2]**

[1]Kantor BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika
[2]Program Studi Manajemen Program Pascasarjana Universitas Bosowa

*Email: agmona Asmoro@gmail.com

Diterima: 22 Agustus 2024/Disetujui: 30 Desember 2024

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan pengalaman peserta terhadap kepuasan peserta Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika dan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan pengalaman peserta terhadap loyalitas perusahaan Platinum, selanjutnya menganalisis pengaruh kualitas layanan dan pengalaman peserta terhadap loyalitas perusahaan Platinum melalui kepuasan peserta dan menganalisis pengaruh kepuasan peserta terhadap loyalitas perusahaan Platinum. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui dokumentasi dan kuesioner yang disebar kepada 100 responden peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan dan kepuasan peserta terhadap loyalitas perusahaan, demikian pula terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan dan kepuasan peserta terhadap kepuasan peserta dan terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan peserta terhadap loyalitas perusahaan serta terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan dan kepuasan peserta terhadap loyalitas perusahaan melalui kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika. Dengan demikian kualitas layanan dan pengalaman memiliki keeratan hubungan terhadap kepuasan peserta dan nilai koefisien determinasi adjusted R square sebesar 93,1% yang artinya kualitas layanan dan pengalaman dipengaruhi oleh kepuasan peserta dan nilai koefisien determinasi adjusted R square sebesar 91,4% yang artinya kualitas layanan, pengalaman dan kepuasan peserta dipengaruhi oleh loyalitas perusahaan.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Pengalaman, Kepuasan Peserta Loyalitas

## *ABSTRACT*

*This research aims to analyze the effect of service quality and participant experience on participant satisfaction at BPJS Ketenagakerjaan Branch of Papua Mimika and analyze the influence of service quality and participant experience on Platinum company loyalty, then analyze the influence of service quality and participant experience on Platinum company loyalty through participant satisfaction and analyze the influence of participant satisfaction on Platinum company loyalty. This research used a quantitative approach with survey methods. Data was obtained through documentation and questionnaires distributed to 100 respondents participating at BPJS Ketenagakerjaan Branch of Papua Mimika. The results of the research showed that there is a positive and significant influence of service quality and participant satisfaction on company loyalty, likewise there is a positive and significant influence of service quality and participant satisfaction on participant satisfaction and there is a positive and significant influence of participant satisfaction on company loyalty and there is a positive and significant influence service quality and participant satisfaction regarding company loyalty through participant satisfaction at BPJS Ketenagakerjaan Branch of Papua Mimika. Thus, service quality and experience have a close relationship with participant satisfaction and the adjusted R square coefficient of determination value is 93.1%, which means that the quality of service and experience is influenced by participant satisfaction and the adjusted R square coefficient of*

*determination value is 91.4%, which means service quality. , participant experience and satisfaction are influenced by company loyalty.*

***Keywords**: Service Quality, Experience, Participant Satisfaction, Loyalty*

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

## 1. PENDAHULUAN

Seiring dengan peningkatan taraf hidup seseorang, maka pemenuhan kebutuhan hidup tidak lagi terbatas pada kebutuhan fisiologis saja. Namun kebutuhan keselamatan akan rasa aman dan perlindungan kini juga makin dirasakan. Mengingat manusia tidak terlepas dari berbagai risiko yang dapat menimbulkan kerugian. Salah satu cara untuk pemenuhan kebutuhan akan rasa aman dan faktor ketidakpastian yang mungkin terjadi pada hidup seseorang adalah dengan menjadi peserta asuransi.

Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dimana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau dengan kata lain memberikan jaminan sosial keamanan bagi masyarakat.

Salah satu perusahaan asuransi yang memberikan jaminan sosial kepada masyarakat adalah BPJS Ketenagakerjaan. BPJS Ketenagakerjaan merupakan program perlindungan yang bersifat dasar bagi tenaga kerja yang bertujuan untuk menjamin adanya keamanan dan kepastian terhadap risiko-risiko sosial ekonomi dan juga merupakan sarana penjamin arus penerimaan penghasilan bagi tenaga kerja dan keluarganya akibat dari terjadinya risiko-risiko sosial dengan pembiayaan yang terjangkau oleh pengusaha dan tenaga kerja. Risiko sosial ekonomi yang ditanggulangi oleh program tersebut terbatas, yang mengakibatkan berkurangnya atau terputusnya penghasilan tenaga kerja dan/atau membutuhkan perawatan medis. BPJS Ketenagakerjaan merupakan program publik yang memberikan perlindungan bagi tenaga kerja untuk mengatasi resiko sosial ekonomi tertentu dan penyelenggaraannya menggunakan mekanisme asuransi sosial. Kurangnya kesadaran masyarakat akan keberadaan BPJS Ketenagakerjaan merupakan masalah yang sementara dihadapi perusahaan saat ini. Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan kegiataan yang bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan atau peserta BPJS Ketenagakerjaan.

Upaya untuk mendapatkan perhatian, mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan (peserta) merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh suatu perusahaan atau pebisnis di tengah dunia bisnis yang semakin kompetitif. Kunci utama suatu usaha agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya adalah perlu menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan untuk menciptakan loyalitas.

Menurut Gremler dan Brown dalam Warnadi dan Triyono (2019:33) bahwa loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa. Loyalitas adalah sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku dalam melakukan pembelian produk atau jasa perusahaan dengan membawa aspek perasaan, khususnya membeli secara teratur dan berulang-ulang. Loyalitas merupakan kunci dari keberhasilan bisnis pemasaran dalam jangka panjang. Pelanggan yang loyal merupakan aset yang paling penting dan berharga bagi suatu perusahaan atau organisasi.

Untuk menciptakan loyalitas pelanggan maka salah satu faktor yang perlu diperhatikan perusahaan dan sangat dominan dari loyalitas adalah kepuasan pelanggan, seperti yang diungkapkan Kotler dan Armstrong (2018:13) bahwa loyalitas akan tercipta jika pelanggan merasa puas berhubungan dengan perusahaan tersebut, tingkat kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja suatu produk (jasa) yang dirasakan sehubungan dengan harapannya. Penelitian empirik yang relevan dengan penelitian ini dilakukan Raharjo (2013), Aditya & Kusumadewi, (2017), Irnandha (2016) dan Henriawan (2015) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang mendapatkan kepuasan secara otomatis akan menimbulkan sikap yang loyal terhadap produk yang memberinya kepuasan. Namun berbeda dengan penelitian (Aprileny et al., 2022) hasil temuan bahwa kepuasan kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pentingnya memberikan kepuasan sehingga membentuk loyalitas pelanggan, maka perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan, hal ini sesuai dengan teori (Dimyati & Mohamad, 2018:157) bahwa kualitas pelayanan adalah kualitas sebagai totalitas dari karakteristik dari suatu produk atau jasa yang berhubungan dengan kemampuan untuk memuaskan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas layanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan, dimana terdiri dari tangible (bukti fisik), reliability (kehandalan), assurance (jaminan), responsiveness (daya tanggap) dan emphaty (perhatian). Penelitian empirik yang relevan dengan penelitian ini dilakukan oleh Santosa (2022), Khatimah (2023) dan Rizal

et al., (2017) hasil temuan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh positif dan signiifikan terhadap kepuasan. Sedangkan Haryeni & Yendra, (2019) dan Wibowo & Alwie, (2017) hasil temuan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan, sehingga pada penelitian ini ditemukan research gap.

Selain itu dengan adanya kualitas pelayanan yang optimal maka dapat membentuk loyalitas pelanggan, sebagaimana diungkapkan Lupiyoadi, (2018:133) bahwa kualitas layanan yang baik menjadi sebuah prioritas bagi setiap perusahaan. Mereka berkompetisi untuk menyajikan sebuah layanan yang lebih baik, lebih ramah dan lebih mendekatkan antara perusahaan dengan konsumennya. Adanya kebutuhan dan keinginan pelanggan menitikberatkan layanan terhadap pelanggannya dengan harapan para pelanggan akan merasa puas dan loyal terhadap produk atau jasa perusahaan. Penelitian Starini & Hygid (2013) dan Suryantini & Sujana, (2023) hasil temuan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun berbeda dengan temuan (Agiesta & Sajidin, 2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berdampak terhadap loyalitas pelanggan.

Kemudian pengalaman seseorang dapat memberikan kepuasan bagi peserta, sebagaimana dikemukakan Prasetijo, (2019) bahwa pengalaman langsung oleh konsumen dalam mencoba dan mengevaluasi produk atau jasa dapat mempengaruhi sikap konsumen puas atau tidak terhadap jasa tersebut. Penelitian Sakdiah & Mardhiyah A., (2018) hasil temuan bahwa pengalaman memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun tidak sejalan dengan temuan Gomoi et al., (2021) bahwa pengalaman tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga ditemukan research gap.

Begitu pula bahwa pengalaman dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, dimana menurut Pine II & Gilmore dalam Swastha dan Irawan, (2018) bahwa pengalaman merupakan suatu kejadian yang terjadi dan dirasakan oleh masing-masing individu secara personal yang dapat memberikan kesan tersendiri bagi individu yang merasakannya. Pengalaman sangat berguna bagi perusahaan dalam menciptakan, sebuah image dan identitas untuk sebuah perusahaan, mempromosikan inovasi, mendorong pembelian, dan menciptakan loyalitas. Penelitian Ridwan & Purwanto, (2021) hasil temuan bahwa pengalaman berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, namun penelitian Kurniah & Awaluddin, (2022) bahwa pengalaman tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga terdapat research gap pada penelitian ini.

Kepuasan pelanggan menjadi variabel mediasi sebagaimana temuan Ridwan & Purwanto, (2021) dan Santosa, (2022) bahwa kepuasan pelanggan dapat memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan Kurniah & Awaluddin, (2022) bahwa kepuasan dapat memediasi pengaruh pengalaman terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dilakukan pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika, yang mempunyai visi mewujudkan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan yang Terpercaya, Berkelanjutan dan Menyejahterakan Seluruh Pekerja Indonesia. Untuk mencapai visi tersebut maka dilakukan sejumlah misi yakni: melindungi, Melayani & Menyejahterakan Pekerja dan Keluarga, Memberikan rasa Aman, Mudah & Nyaman untuk Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing Peserta, serta memberikan Kontribusi dalam Pembangunan dan Perekonomian Bangsa dengan Tata Kelola Baik. Keberadaan BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika sangat perlu, mengingat bahwa di Papua Mimika banyak perusahaan-perusahaan Platinum yang berdiri dan dibawah naungan dari PT. Freeport Indonesia (PTFI).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan pengalaman peserta terhadap kepuasan peserta Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika dan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan pengalaman peserta terhadap loyalitas perusahaan Platinum, selanjutnya menganalisis pengaruh kualitas layanan dan pengalaman peserta terhadap loyalitas perusahaan Platinum melalui kepuasan peserta dan menganalisis pengaruh kepuasan peserta terhadap loyalitas perusahaan Platinum.

## 2. METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif karena data penelitian ini berupa angka dengan meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrument penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan analisis jalur karena variabel bebasnya terdiri dari dua variabel yang mempengaruhi disebut Independent Variabel (variabel bebas) yakni kualitas layanan, pengalaman peserta dan variabel yang dipengaruhi disebut Dependent Variabel (variabel terikat) yakni loyalitas perusahaan, serta menggunakan variabel mediasi atau sebagai variabel antara yakni kepuasan peserta. Masing-masing konsep memiliki variabel dan dimensi sebagai tolak ukur dalam menentukan jawaban dan sebagai alat ukur dalam penelitian.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh langsung antara pengaruh kualitas layanan dan pengalaman peserta terhadap kepuasan peserta dan loyalitas perusahaan, serta pengaruh tidak langsung kepuasan peserta dalam memediasi pengaruh kualitas layanan dan pengalaman peserta terhadap loyalitas perusahaan Platinum di Papua

1) Analisis Data Pengaruh Kualitas Layanan, Pengalaman dan Kepuasan terhadap Loyalitas Perusahaan pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika

Hasil analisis regresi yakni pengaruh kualitas layanan, pengalaman dan kepuasan peserta terhadap

loyalitas perusahaan Platinum (Perusahaan Besar) yang terdaftar di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika. Hasil pengujian 2 yakni pengaruh kualitas layanan, pengalaman dan kepuasan peserta terhadap loyalitas perusahaan pada penelitian ini maka diperoleh koefisien beta (β) untuk kualitas layanan sebesar 0,220. Hal ini menjelaskan bahwa peningkatan kualitas layanan akan memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas perusahaan. Kemudian koefisien beta (β) untuk pengalaman peserta sebesar 0,329, hal ini menjelaskan bahwa meningkatnya loyalitas perusahaan dipengaruhi oleh adanya pengaruh positif pengalaman dari setiap peserta. Sedangkan koefisien beta (β) untuk kepuasan peserta sebesar = 0,424, ini menjelaskan bahwa semakin meningkat kepuasan peserta maka akan memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas perusahaan.

Dari hasil analisis koefisien korelasi antara kualitas layanan, pengalaman dan kepuasan terhadap loyalitas perusahaan maka diperoleh nilai R sebesar 0,957 yang menjelaskan bahwa kualitas layanan, pengalaman dan kepuasan peserta memiliki hubungan yang erat terhadap loyalitas perusahaan. Nilai koefisien determinasi adjusted R square sebesar 0,914 menjelaskan bahwa sebesar 91,4% kualitas layanan, pengalaman dan kepuasan peserta dipengaruhi oleh loyalitas perusahaan. Sementara nilai sisa (nilai residu) dari peran ketiga variabel independen tersebut sebesar 8,67%.

Dari hasil pengujian hipotesis penelitian maka dapat dilakukan dengan uji parsial, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen yakni kualitas layanan, pengalaman dan kepuasan peserta terhadap variabel dependen yakni loyalitas perusahaan. Pengujian parsial untuk kualitas layanan diperoleh nilai sign. = 0,030, karena dengan nilai sign. 0,030 < 0,05, menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh nyata terhadap loyalitas perusahaan. Pengujian parsial untuk variabel pengalaman peserta dengan nilai sign. 0,010, karena nilai sign. 0,010 < 0,05, hal ini menjelaskan bahwa pengalaman berpengaruh nyata terhadap loyalitas perusahaan. Sedangkan pengujian parsial untuk kepuasan peserta dengan nilai sign. = 0,000, karena nilai sign. 0,000 < 0,05, menjelaskan bahwa kepuasan peserta memberikan pengaruh nyata terhadap peningkatan loyalitas perusahaan platinum yang terdaftar pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika.

hasil uji sobel test pengaruh pengalaman peserta terhadap loyalitas perusahaan Platinum melalui kepuasan peserta pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika diperoleh nilai sobel test = 3,439, kemudian nilai probabilitas = 0,000, karena nilai probabilitas 0,000 < 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa kepuasan peserta sebagai variabel intervening dapat memediasi pengaruh pengalaman peserta terhadap loyalitas perusahaan Platinum. Ini dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pengalaman baik yang diperoleh peserta maka secara langsung memberikan pengaruh terhadap kepuasan kerja bagi peserta BPJS sehingga hal ini memberikan dampak terhadap loyalitas perusahaan Platinum yang ada di Papua Mimika untuk mendaftarkan karyawannya sebagai peserta pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika.

2) Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan peserta BPJS Ketenaga-kerjaan Cabang Papua Mimika

Hasil statistik deskriptif variabel penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh distribusi jawaban responden untuk variabel kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika dengan rata-rata skor distribusi jawaban responden adalah 4,23. Apabila dilihat dari penentuan kelas maka berada pada range antara 4,20-5,00 dan dikategorikan sangat tinggi (sangat baik). Hal ini berarti bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan peserta.

Distribusi jawaban responden atas variabel kualitas penelitian, melalui indikator reliability atau kehandalan dengan skor rata-rata 4,27, dimana karyawan dalam memberikan pelayanan kepada setiap peserta yang dipersepsikan sangat baik, karena setiap karyawan pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika selalu konsisten dalam memberikan informasi-informasi yang akurat kepada setiap peserta, sesuai dengan program-program yang dijakankan oleh BPJS Ketenagakerjaan kepada setiap peserta.

Untuk indikator assurance dengan skor rata-rata 4,31 yang berkaitan dengan adanya jaminan yang diberikan oleh BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika dimana jawaban responden dipersepsikan sangat baik dengan skor rata-rata sebesar 4,31, alasannya karena BPJS Ketenagakerjaan memberikan jaminan bagi peserta dengan adanya manfaat atau jaminan dari BPJS Ketenagakerjaan atas setiap program-program BPJS, seperti : JKM, JKK, JP dan JHT yang akan diterima oleh peserta sesuai dengan yang dijanjikan. Distribusi jawaban responden atas indikator emphati adalah berkaitan dengan perhatian yang diberikan oleh karyawan BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika kepada setiap peserta diperoleh rata-rata sebesar 4,22 dan dipersepsikan sangat baik, karena Petugas atau karyawan BPJS Ketenagakerjaan selalu memperlakukan setiap peserta dengan hormat dan memberikan perhatian terhadap setiap peserta tanpa adanya diskriminatif.

Kemudian indikator responsiveness dengan skor rata-rata 4,15 mengenai daya tanggap yang diberikan oleh karyawan kepada peserta dan dipersepsikan baik alasannya karena karyawan BPJS Ketenagakerjaan cepat merespon maupun menanggapi terhadap setiap keluhan-keluhan yang diajukan oleh peserta BPJS dan diberikan Solusi atas setiap keluhan yang dialami oleh peserta. Sedangkan untuk indikator bukti fisik dengan skor rata-rata 4,23 dan termasuk dalam kategori sangat baik, alasannya karena dilihat dari fasilitas terkait dengan sarana dan prasarana kerja dan dokumentasi dari setiap peserta yang tersedia selama ini sudah memadai dan mudah diakses oleh setiap peserta BPJS ketenagakerjaan.

Sehingga dari distribusi jawaban responden menjelaskan bahwa setiap peserta memberikan persepsi sangat baik terkait dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika, hal ini sesuai dengan hasil analisis jalur diperoleh temuan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan kepuasan peserta. Dimana semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan melalui kehandalan, jaminan, perhatian, daya tanggap serta bukti fisik maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika. Hasil temuan ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rundengan et al., (2020), Ridwan & Purwanto (2021), Santosa (2022) dan Khatimah (2023), menemukan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka kepuasan yang dirasakan akan semakin tinggi. Kualitas pelayanan adalah kualitas sebagai totalitas dari karakteristik dari suatu produk atau jasa yang berhubungan dengan kemampuan untuk memuaskan yang dinyatakan atau tersirat (Dimyati & Mohamad, 2018:157). Sukmawati dkk., (2023) menjelaskan bahwa loyalitas atau komitmen terhadap organisasi berpengaruh terhadap kepuasan.

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan peserta pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika, artinya semakin tinggi jaminan manfaat program BPJS Ketenagakerjaan maka akan memberikan kepuasan bagi peserta BPJS Ketenagakerjaan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengalaman terhadap kepuasan peserta pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika, artinya dengan semakin tingginya ketepatan kebijakan BPJS Ketenagakerjaan maka akan memberikan kepuasan bagi peserta. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas perusahaan, artinya semakin tinggi jaminan manfaat program BPJS Ketenagakerjaan maka loyalitas perusahaan akan semakin meningkat. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengalaman terhadap kepuasan peserta pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika, artinya semakin tinggi ketepatan BPJS Ketenagakerjaan dalam memberikan manfaat dan layanan kepada peserta maka akan mempengaruhi kepuasan peserta pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Papua Mimika.

## DAFTAR PUSTAKA


Aditya, P. M., & Kusumadewi, N. M. W. (2017). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. E-Jurnal Manajemen Unud, 6(9), 5061–5087.

Agiesta, W., & Sajidin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi, Vol. 5, No. 2 (2021), ISSN: 2621-5306.

Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. Jurnal STEI Ekonomi, 31(2), 60–76.

Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 1(2), 83–101. Https:// Doi. Org/ 10. 32493/Jpkpk.V1i2.856.

Batinggi, A., & Ahmad, B. (2017). Manajemen Pelayanan Publik. Yogyakarta: Andi Offset.

Budi, D. N. D. S., & Kusumapradja, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pasien Non Jkn Terhadap Kinerja Rumah Sakit Melalui Loyalitas Pasien. Jurnal Health Sains: P-ISSN: 2723-339 e-ISSN: 2548-1398 Vol. 3, No. 4, April 2022.

Bunyamin. (2021). Manajemen Pemasaran. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.

DH, B. S., & Irawan. (2018). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: BPFE-UGM.

Dimyati, & Mohamad. (2018). Pendekatan Hayati: Strategi Pemasaran untuk Menghadapi Persaingan yang Dinamis, The Hayati Approach: a Marketing Strategy For Dynamic Competition. Jakarta, Penerbit: Mitra Wacana Media.

Edris, M., & Puspitasari, M. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Keluarga Sehat Hospital Pati. Jurnal Analisis Manajemen Vol. 5 No. 2 Desember 2011 ISSN: 14411-1799.

Fandy, T. (2019). Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian (E. Terbaru (ed.)). Yogyakarta, Andi Offset.

Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandaru, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa. Jurnal Bisnis Dan Manajemen Vol. 3 No.1, Januari 2016. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang.

Fulgara, N., Wijayanto, G., & Jahrizal. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepercayaan terhadap Kepuasan pasien peserta Bpjs Kesehatan di Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi. Vol. XII. No. 3. Juli 2020 Jurnal Tepak Manajemen Bisnis. Program Pascasarjana Universitas Riau.

Ghozali, I. (2018a). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26. (sepuluh). Semarang: Badan Penerbit: Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018b). Aplikasi Analisis Mutivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gomoi, N. J., Johny R. E. Tampi, & Punuin-doong, A. (2021). Terhadap Kepuasan Konsumen (Pasien) Rawat Inap Irina C Rumah Sakit Umum Pusat Prof. Dr. R. D. Kandou Manado. Productivity, Vol. 2 No. 6, 2021e-ISSN. 2723-0112. Jurnal Universitas Sam Ratulang.

Harahap, M. I. (2018). Pengaruh Costumer Experience, Costumer Value, dan Costumer Satisfaction Terhadap Costumer Loyalty pada Komunitas Sepeda Motor Yamaha Tipe Nmax Medan. Tesis Universitas Sumatera Utara: 24-27.

Haryeni, & Yendra, N. (2019). Kualitas Layanan, Kepuasan Dan Loyalitas Pasien Pada Rumah Sakit Swasta Di Kota Padang: Berpikir Ke Masa Depan. MENARA Ilmu. Vol. XIII. No.1, Januari 2019. ISSN 1693-2617 LPPM UMSB E-ISSN 2528-7613.

Hasan, A. (2018). Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan (edisi keti). Yogyakarta: Media Pressdindo.

Henriawan, D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Cabang Mufin Wilayah Bandung Timur). Tesis Universitas Sebelas April, VI (2), 71–82.

Hermanto. (2019). Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.

Hurriyati, R. (2019). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.

Irnandha. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat. Yogyakarta Universitas Negeri.

Jauhar, N. (2023). Strategi Kepuasan Pelanggan. In Book Chapter Strategi Pemasaran. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.

Khatimah, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien. SEIKO: Journal of Management & Business ISSN: 2598-831X (Print) and ISSN: 2598-8301 (Online).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Indeks.

Kurniah, & Awaluddin. (2022). Pengaruh Pengalaman Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasaan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Scarlett Whitening Di Kota Makassar. Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM) Vol.3 No.2, (Juni) 2022: 21-31 Penerbit: Management Department, UIN Alauddin Makassar, Indonesia.

Kustini. (2019). Penerapan Experiential Marketing. Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis Vol 7 No 2 Sept 2017.

Kusumajaya, R. A. (2022). Mewujudkan Loyalitas Pelanggan. In Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar). Padang: Get Press.

Lopiyoadi, R. (2018). Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi, R. (2018). Manajemen Pemasaran Jasa (edisi keti). Jakarta: Salemba Empat.

Lusiah. (2018). Loyalitas Pelanggan. Yogyakarta: Deepublish.

Maddy, K. (2018). Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima. Jakarta: Chama Digit.

Maharani, A. S. S. dan V. (2013). Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. Malang: UIN-Maliki Press.

Mamang, S. E. (2018). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi Offset.

Moenir. (2016). Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara.

Moonti, A. (2022). Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. In Manajemen Pemasaran Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern. Lombok Barat: Penerbit Seval.

Mujito, Muharam, H., & Adyas, D. (2023). Manajemen Pemasaran Sebuah Pengantar Untuk Pemula. Tasikmalaya: Edu Publisher.

Mulyapradana, A., & Lazulfa, A. I. (2018). Tata Kelola Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Di PT. BAM Kabupaten Tegal. Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan (Juripol), 1, 14–24.

Muslimin, M. (2023). Menciptakan Nilai, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan. In Book Chapter Manajemen Pemasaran: Teori dan Praktik Mencapai Target. Indramayu: Penerbit Adab.

Prasetijo, R. (2019). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi.

Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Raharjo, A. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu AS. Jurnal Manajemen, 9(1), 30–44.

Ridwan, A. R., & Purwanto, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. Tesis Universitas Pembangunan Jaya.

Rini, E. S. (2019). Menciptakan Pengalaman Konsumen dengan Experiential Marketing. Jurnal Manajemen Bisnis Vol 2 No.1, 2019),15-2.

Riyoko, S. (2020). Dasar-Dasar Pemasaran. Yogyakarta: CV. Markumi.

Rizal, R., Suardi, M., & Yulihasri, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien Peserta BPJS Kesehatan sebagai Mediasi terhadap Loyalitas Pasien. Jurnal Farmasi Dan Kliniks (p-ISSN: 2407-7062 | e-ISSN: 2442-5435).

Rundengan, E., Tampi, J. R. E., & Punuindoong, A. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Rakyar Indonesia Unit Tomohon Selatan. Productivity1(2): 25-34.

Sakdiah, H., & Mardhiyah A. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang (Studi pada Pelanggan

Toko ATK dan Accessories USU BERSAMA). Universitas Sumatera Uatara, 12-16.

Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. Makassar: CV. Sah Media.

Samirudin. (2023). Manajemen Pemasaran Dan Nilai Pelanggan. Makassar: CV. Nas Media Pustaka.

Santosa, S. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Peserta Bpjs Kesehatan Dengan Kepuasan Emosional Sebagai Variabel Pemediasi. Tesis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Saptutyningsih, E., & Setyaningrum, E. (2020). Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis Dilengkapi Dengan Contoh Proposal Penelitian. Cetakan pertama, Yogyakarta: Gosyen.

Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Samudra Biru.

Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2018). Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights. now publishers inc.

Simamora, H. (2018). Paduan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia.

Simanjuntak, S. (2018). Analisis Pengalaman Pengguna (User Experience) Enterprise Resource Planning (ERP) Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi Kasus: SAP Modul Sales & Distribution, Material Management, FInancial Acoounting). Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Smilansky, & Shaz. (2019). Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences. London and Philadelphia: Kogan Page.

Smilansky, & Shirra. (2019). Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences. 2 ND edition, Kogan Page.

Starini, & Hygid. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Toko Basuki JayaYogyakarta). Jurnal Tidak Diterbitkan. Universitas Negeri Yogyakarta.

Sugiyono. (2019). Metodelogi Penelitian Kuantitatif (cetakan ke). Bandung: Alfabeta.

Suryantini, I. G. A. A., & Sujana, I. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee di Kota Singaraja. Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi Volume 11, Number 1, Tahun 2023, Pp. 116-122 P-ISSN: 2354-6107 E-ISSN: 2549-2292 Open Access: Https://Ejournal. Undiksha.Ac. Id/ Index. Php/EKU.

Sukmawati, Palipada Palisuri, Muhlis Ruslan, Indrayani Nur. The Effect of Organizational Commitment, Interpersonal Communication, and Motivation on Employee Satisfaction and Performance. International Journal of Artificial Intelligence Research,2022. ISSN: 2579-7298 Volume: 6, Issue: 1.1, Halaman: 1 – 13. Penerbit: Stimik Dharma Wacana http://www.ijair.id/index.php/ijair/index URL artikel: http://www.ijair.id/index.php/ijair/article/view/613/pdf https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/profile/1138

Tanjung, S. P. (2017). Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Tahu Sumedang Renyah Tanjung Morawa. Jurnal Universitas Medan Area.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran Edisi keempat. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa edisi terbaru. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). Service, Quality dan Customer Satisfaction edisi kelima. Yogyakarta, Andi Offset.

Warnadi, & Triyono, A. (2019). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.

Wibowo, A. A., & Alwie, A. F. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Peserta Bpjs Kesehatan di Rsud Arifin Achmad Pekanbaru. Vol. IX. No. 3. September 2017. Vol. IX. No. 3. September 2017 Jurnal Tepak Manajemen Bisnis. Program Magister Manajemen Universitas Riau. ISSN: 1979: 3294.

Winarsih, R. dan A. S. (2018). Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.