

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Gunungkidul

Ervina Ninda Pangesti, Siti Resmi², Alivia Meyrizka Utami^{3*}

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta – Indonesia

*Corresponding author: aliviameyrizka@stimykpn.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan di wilayah Gunungkidul. Selain itu, penelitian ini juga menguji bagaimana kepuasan pelanggan menjadi variabel *intervening* pada hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Sampel penelitian terkumpul sebanyak 120 responden yang merupakan peserta BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul yang mendapatkan pelayanan dalam 3 bulan terakhir (Agustus-Oktober 2023). Pengujian penelitian menggunakan regresi dengan metode *bootstrapping Process Macro* v4.3. Hasilnya kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, namun kepuasan pelanggan tidak memediasi hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Hasil tersebut menunjukkan bagaimana kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan BPJS Ketenagakerjaan. Penelitian berkontribusi dalam memberikan bukti empiris untuk dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya mengenai kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan serta diharapkan menjadi masukan, perubahan, dan perbaikan kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

Kata kunci: kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

Abstract

This research aims to examine the influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty of the Employment Social Security Administration (BPJS) in the Gunungkidul area. Apart from that, this research also examines how customer satisfaction is an intervening variable in the relationship between service quality and customer loyalty. The research sample was collected from 120 respondents who were BPJS Employment Gunungkidul participants who received services in the last 3 months (August-October 2023). Research testing uses regression with the Process Macro v4.3 bootstrapping method. The results are that service quality has a positive effect on customer loyalty and satisfaction, customer satisfaction also has a positive effect on customer loyalty, but customer satisfaction does not mediate the relationship between service quality and customer satisfaction. These results show how service quality and customer satisfaction can increase BPJS Employment customer loyalty. The research contributes to providing empirical evidence to be used as a reference for further research regarding service quality, customer satisfaction and customer loyalty and is expected to provide input, changes and improvements to the company as consideration in making decisions.

Keywords: service quality, customer satisfaction, customer loyalty

PENDAHULUAN

Jaminan sosial di Indonesia memiliki peran penting dalam melindungi kesejahteraan dan keamanan para pekerja. Salah satu instansi pemerintah yang bergerak di bidang jaminan sosial yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan yang merupakan badan hukum yang bertujuan untuk memberikan perlindungan bagi pekerja atau tenaga kerja di Indonesia. Sebagai bagian penting dari sistem jaminan sosial, BPJS Ketenagakerjaan harus memastikan bahwa layanan yang diberikan kepada pelanggan berkualitas dan memuaskan.

Kualitas layanan yang baik memiliki dampak positif yang kuat pada loyalitas pelanggan. Jika kualitas layanan yang diberikan tinggi cenderung dapat membangun kepercayaan pelanggan yang lebih setia dan berkomitmen, sehingga akan berdampak positif pada pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Pelanggan yang puas dengan kualitas layanan memiliki kemungkinan yang lebih tinggi untuk memberikan rekomendasi positif kepada teman, keluarga, atau rekan mereka. Rekomendasi ini dapat membawa pelanggan baru dan juga memperkuat loyalitas pelanggan yang sudah ada. Pada penelitian yang dilakukan oleh Risal (2019), Pratiwi, dkk (2020), dan Yuniarta, dkk (2019) kualitas layanan memberikan pengaruh positif pada loyalitas pelanggan. Sedangkan, menurut Arianto & Nirwana (2021) kualitas layanan tidak memberikan pengaruh apapun pada loyalitas pelanggan.

Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang sangat erat dalam dunia bisnis. Jika perusahaan memberikan kualitas layanan yang baik, maka kemungkinan besar kepuasan pelanggan terhadap perusahaan juga akan tinggi. Pelanggan merasa puas jika layanan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka. Sebaliknya, perusahaan memberikan pelayanan berkualitas rendah maka pelanggan kemungkinan besar akan merasa kecewa dan tidak puas. Dalam penelitian Lestariningsih (2021), Pratiwi, dkk (2020), dan Yuniarta, dkk (2019) kualitas layanan memberikan pengaruh yang positif pada kepuasan pelanggan. Menurut Maimunah (2019) kualitas layanan tidak memberikan pengaruh apapun pada tingkat kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang erat dan saling memengaruhi. Kepuasan pelanggan merujuk pada bagaimana pelanggan merasakan kepuasan terhadap produk, layanan, atau pengalaman yang diberikan oleh suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan menjadi landasan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan suatu perusahaan. Apabila pelanggan merasa puas dengan pengalaman yang diterimanya dari penggunaan produk, maka mereka cenderung lebih mungkin untuk kembali melakukan pembelian di masa depan dan mempertahankan hubungan dengan perusahaan. Kepuasan pelanggan berperan secara krusial dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Perusahaan yang fokus pada strategi dalam memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan cenderung dapat membangun basis pelanggan yang lebih setia dan berkelanjutan, yang pada akhirnya akan mendukung kesuksesan jangka panjang perusahaan. Pada penelitian Yuniarta, dkk (2019) dan Risal (2019) kepuasan pelanggan menunjukkan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Namun Pradana (2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh apapun terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas layanan yang baik dapat mendorong kepuasan pelanggan, yang membantu membentuk loyalitas pelanggan. Perusahaan yang ingin meningkatkan loyalitas pelanggan perlu memahami hubungan kompleks ini dan memfokuskan upaya pada peningkatan kualitas layanan untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan, yang akan mendukung pembentukan loyalitas yang kuat. Dalam penelitian Pratiwi, dkk (2020) dan Risal (2019) kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan

pelanggan berperan sebagai variabel intervening. Sedangkan Zahara (2020) dan Arianto & Nirwana (2021) menunjukkan bahwa hubungan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan tidak dapat mediasi oleh kepuasan pelanggan.

Berdasarkan ketidakonsistenan hasil penelitian sebelumnya maka perlu dilakukan penelitian kembali untuk mengkonfirmasi bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan bagaimana peran kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di antara hubungan tersebut di BPJS Ketenagakerjaan. Penelitian ini akan fokus pada BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul, di mana penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai kualitas layanan dan loyalitas pelanggan terhadap pelayanan BPJS Ketenagakerjaan Gunung Kidul.

TINJAUAN LITERATUR

Landasan Teori

a. Kualitas Pelayanan

Kotler & Keller (2016) mendefinisikan kualitas sebagai kelengkapan fitur suatu produk, baik berupa barang dan/atau jasa, yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan seorang individu. Selanjutnya, Tjiptono dan Chandra (2016) menyatakan bahwa kualitas dapat diartikan sebagai keadaan yang dinamis terkait dengan produk, jasa, sumber daya manusia, dan lingkungan, yang dapat memenuhi atau melebihi harapan seorang individu. Menurut Kasmir (2017) kualitas pelayanan merupakan perbuatan atau tindakan seorang atau kelompok yang memiliki tujuan untuk memberikan kepuasan akan layanan perusahaan kepada pelanggan ataupun karyawannya.

b. Loyalitas Pelanggan

Kotler & Keller (2016) mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai suatu komitmen yang dipegang secara mendalam oleh individu untuk membeli atau mendukung kembali produk, baik berupa barang dan/atau jasa, yang disukai di masa depan. Menurut Fatihudin & Firmansyah (2019) loyalitas pelanggan tercipta ketika pelanggan berperilaku di mana ia melakukan pembelian ulang terhadap pemilihan merek dan produk yang ia inginkan. Halim et al., (2021) menyatakan loyalitas pelanggan sebagai komitmen tertinggi dari pelanggan untuk melakukan pembelian ulang walaupun ada kemungkinan pengaruh dan upaya pemasaran lainnya akan menimbulkan perilaku berpindah.

c. Kepuasan Pelanggan

Kotler & Keller (2016) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seorang individu ketika ia membandingkan produk, baik barang maupun jasa, yang ia rasa sesuai harapan. Hal ini mirip dengan Tjiptono (2015) yang menyatakan kepuasan pelanggan sebagai hasil yang muncul ketika individu telah membandingkan persepsi dan kinerja suatu produk yang sesuai dengan harapannya, dan perasaan yang timbul dari hasil tersebut bisa berupa rasa senang ataupun kecewa.

Perumusan Hipotesis

a. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan

Kualitas layanan yang baik memiliki dampak positif yang kuat pada loyalitas pelanggan. Jika kualitas layanan yang diberikan tinggi cenderung dapat membangun kepercayaan pelanggan yang lebih setia dan berkomitmen, sehingga akan berdampak positif pada pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Pelanggan yang puas dengan kualitas layanan memiliki kemungkinan yang lebih tinggi untuk memberikan rekomendasi positif kepada

teman, keluarga, atau rekan mereka. Rekomendasi ini dapat membawa pelanggan baru dan juga memperkuat loyalitas pelanggan yang sudah ada. Penjelasan tersebut sesuai dengan hasil penelitian Risal (2019), Pratiwi, dkk (2020), dan Yuniarta, dkk (2019) yang memberikan hasil di mana kualitas layanan memberikan pengaruh positif pada loyalitas pelanggan sehingga hipotesis 1 dirumuskan sebagai berikut:

H₁: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan

b. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang sangat erat dalam dunia bisnis. Jika perusahaan memberikan kualitas layanan yang baik, maka kemungkinan besar kepuasan pelanggan terhadap perusahaan juga akan tinggi. Pelanggan merasa puas jika layanan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka. Sebaliknya, perusahaan memberikan pelayanan berkualitas rendah maka pelanggan kemungkinan besar akan merasa kecewa dan tidak puas. Hal ini sesuai dengan penelitian Lestariningsih (2021), Pratiwi, dkk (2020), dan Yuniarta, dkk (2019) yang memberikan hasil di mana kualitas layanan memberikan pengaruh positif pada kepuasan pelanggan sehingga hipotesis 2 dirumuskan sebagai berikut:

H₂: kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang erat dan saling memengaruhi. Kepuasan pelanggan mencerminkan sejauh mana pelanggan merasa puas dengan produk, layanan, atau pengalaman yang diberikan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan menjadi landasan untuk membangun loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat berpengaruh terhadap keputusan untuk kembali bertransaksi di masa mendatang dan menjaga hubungan baik dengan perusahaan. Pelanggan yang merasa puas dengan layanan cenderung akan loyal dan kembali berbelanja di perusahaan tersebut di kemudian hari. Hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas sangat penting dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama yang memengaruhi kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan. Perusahaan yang berfokus pada memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan mereka cenderung dapat membangun basis pelanggan yang lebih setia dan berkelanjutan, yang pada akhirnya akan mendukung kesuksesan jangka panjang perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Yuniarta, dkk (2019) dan Risal (2019) yang memberikan hasil di mana kepuasan pelanggan memberikan pengaruh positif pada loyalitas pelanggan sehingga hipotesis 2 dirumuskan sebagai berikut:

H₃: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

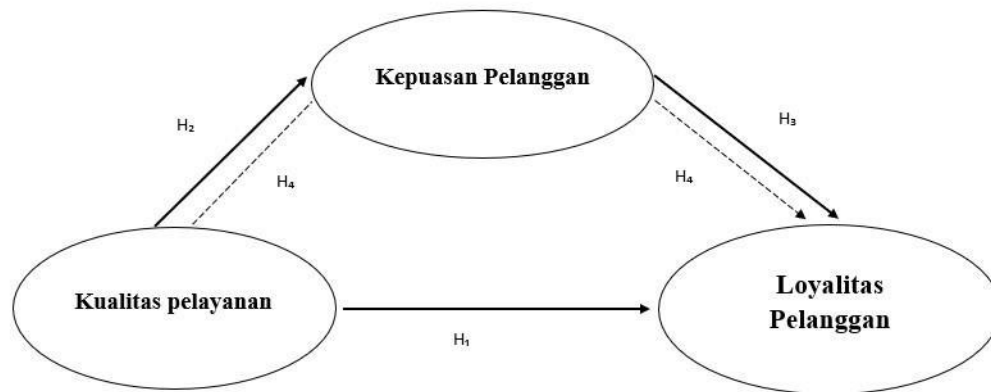
d. Peran kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan dapat tercapai melalui pemberian layanan yang berkualitas, yang pada akhirnya akan membantu membangun loyalitas pelanggan. Pelayanan yang konsisten dan berkualitas tinggi akan menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan dan berdampak positif pada tingkat loyalitas pelanggan yang lebih tinggi. Perusahaan yang ingin meningkatkan loyalitas pelanggan perlu memahami hubungan kompleks ini dan memfokuskan upaya pada peningkatan kualitas layanan untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan, yang akan mendukung pembentukan loyalitas yang kuat.

Menurut hasil penelitian Pratiwi, dkk (2020) dan Risal (2019) kepuasan pelanggan berperan dalam memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan sehingga hipotesis 3 dirumuskan sebagai berikut:

H₄: Kepuasan pelanggan memediasi hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

e. Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka. Pada penelitian ini, data dikumpulkan dari kuisioner yang dibagikan kepada peserta BPJS Ketenagakerjaan KCP Gunungkidul. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada BPJS Ketenagakerjaan KCP Gunungkidul. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari seluruh masyarakat Gunungkidul. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis purposive sampling. Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah: (1) Masyarakat Gunungkidul; (2) Telah melakukan atau meminta pelayanan ke kantor BPJS Ketenagakerjaan Gunungkidul dalam tiga bulan terakhir, mulai dari Agustus hingga Oktober 2023. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, validitas dan reliabilitas dari setiap variabel pernyataan akan diuji terlebih dahulu. Dalam penelitian ini, hipotesis akan diuji menggunakan metode regresi dengan menggunakan bootstrapping Process Macro v4.3 for SPSS 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Instrumen

Dari hasil uji validitas diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel. Sehingga disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dari semua variabel tersebut valid dan layak digunakan dalam instrumen penelitian.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	r Tabel	r Hitung
Kualitas Layanan (X)	X1	0,1438	0,534
	X2	0,1438	0,269
	X3	0,1438	0,431
	X4	0,1438	0,326
	X5	0,1438	0,606
	X6	0,1438	0,645
	X7	0,1438	0,586
	X8	0,1438	0,460
	X9	0,1438	0,553
	X10	0,1438	0,592
	X11	0,1438	0,664
	X12	0,1438	0,661
	X13	0,1438	0,503
	X14	0,1438	0,597
	X15	0,1438	0,515
	X16	0,1438	0,466
	X17	0,1438	0,438
Loyalitas Layanan (Y)	Y1	0,1438	0,641
	Y2	0,1438	0,729
	Y3	0,1438	0,642
	Y4	0,1438	0,665
Kepuasan Pelanggan (Z)	Z1	0,1438	0,704
	Z2	0,1438	0,733
	Z3	0,1438	0,723

Selanjutnya, pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Alpha Cronbach's. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,70$. Dapat dilihat dari tabel nilai Cronbach's Alpha untuk seluruh variabel yaitu lebih besar dari 0,70 yang menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha Variabel	Standar Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	0,835	0,70	Reliabel
Loyalitas Layanan (Y)	0,734	0,70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Z)	0,739	0,70	Reliabel

Terakhir penelitian ini menggunakan uji One Sample Kolmogorof Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Tabel di atas menunjukkan bahwa populasi data dalam penelitian ini berdistribusi normal dikarenakan nilai signifikan menunjukkan hasil $0,200 > 0,05$.

**Tabel 3. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		132
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	.87019402
Most Extreme	Absolute	.065
Differences	Positive	.045
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Penelitian

1) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Tabel 1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Konstanta	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.	Adjusted R ²
9,991	0,101	4,125	0,000	0,109

Dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa H1, yang menyatakan pengaruh positif dan signifikan dari kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, dapat diterima.

Koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R²) sebesar 0,109 setara dengan 10,9%, menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh sebesar 10,9% terhadap loyalitas pelanggan. Sisanya, yaitu 89,1%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak terkait dengan kualitas layanan.

2) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 4. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Konstanta	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.	Adjusted R ²
1.895	0.154	11.483	0.000	0.500

Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Z). Hasil penelitian menunjukkan bahwa H₂, yaitu pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, positif dan signifikan, **diterima**.

Koefisien determinasi yang telah disesuaikan (Adjusted R²) sebesar 0,500 menunjukkan bahwa 50% dari kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas layanan. Sisanya, sebesar 50%, dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak terkait dengan kualitas layanan.

3) Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Tabel 5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Konstanta	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.	Adjusted R2
11.431	0.455	4.001	0.000	0.103

Dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Z) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa H_3 , yang menyatakan pengaruh positif dan signifikan dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dapat **diterima**.

Koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R^2) sebesar 0,103 setara dengan 10,3%, menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh sebesar 10,3% terhadap loyalitas pelanggan. Sisanya, sebesar 89,7%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak teridentifikasi.

4) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening***Tabel 6. Hasil Analisis Process Macro v4.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening**

Total effect of X on Y

Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
0,1536	0,0134	11,4833	0,0000	0,1271	0,1801

Direct effect of X on Y

Effect	se	T	p	LLCI	ULCI
0,1461	0,0141	10,3287	0,0000	0,1182	0,1741

Indirect effect(s) of X on Y:

Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
Z 0,0075	0,0089	-0,0055	0,0283

Berdasarkan penelitian Hayes (2018), pengaruh tidak langsung diuji menggunakan interval kepercayaan bootstrap dengan 5000 sampel bootstrap. Ditemukan pengaruh tidak langsung sebesar 0,0075 secara positif. Selain itu, hasil bootstrapping menunjukkan BootLLCI = -0,0055 dan BootULCI = 0,0283. Rentang BootLLCI dan BootULCI berkisar antara -0,0055 hingga 0,0283, yang mengandung nilai nol. Oleh karena itu, estimasi tidak signifikan dan tidak terjadi efek mediasi. Hasil uji **menolak** H_4 , menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan pada loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada BPJS Ketenagakerjaan KCP Gunungkidul tidak signifikan.

Pembahasan

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengidentifikasi dampak kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening di BPJS Ketenagakerjaan KCP Gunungkidul. Berikut adalah temuan dari penelitian tersebut:

1. Temuan dari penelitian ini menegaskan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di BPJS Ketenagakerjaan KCP Gunungkidul. Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_1 dapat disetujui. Temuan dari penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Risal (2019), Pratiwi, dkk (2020), dan Yuniarta, dkk (2019). Penelitian tersebut menegaskan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di BPJS Ketenagakerjaan KCP Gunungkidul. Nilai signifikansi variabel kualitas layanan adalah $0,000 < 0,05$, sehingga H_2 dapat diterima. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lestariningsih (2021), Pratiwi, dkk (2020), dan Yuniarta, dkk (2019) yang juga menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Penelitian ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di BPJS Ketenagakerjaan KCP Gunungkidul. Dengan nilai signifikansi variabel kepuasan pelanggan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_3 dinyatakan dapat diterima. Temuan dari penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Risal (2019) dan Yuniarta, dkk (2019), yang menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap tingkat loyalitas pelanggan.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil bootstrapping tertulis BootLLCI (lower level for CI) = -0,0055 dan BootULCI (upper level for CI) = 0,0283. Hasil tersebut menunjukkan bahwa interval kepercayaan (CI) serta BootLLCI dan BootULCI berkisar antara - 0,0055 sampai 0,0283. Rentang interval kepercayaan tersebut mengandung nilai nol. Sehingga disimpulkan estimasi tidak signifikan dan tidak terjadi efek mediasi, maka dari itu H_4 ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Zahara (2020) dan Arianto & Nirwana (2021) yang menyatakan kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi pengaruh kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan.

SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada BPJS Ketenagakerjaan KCP Gunungkidul. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan menunjukkan penerimaan hipotesis H_1 .
2. Adanya hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan menunjukkan penerimaan hipotesis H_2 .
3. Adanya hubungan positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan menunjukkan penerimaan hipotesis H_3 .
4. Dalam hal ini, kepuasan pelanggan tidak berperan sebagai mediator pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga H_4 ditolak..

KETERBATASAN DAN SARAN PENELITIAN SELANJUTNYA

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti ingin memberikan beberapa saran kepada BPJS Ketenagakerjaan KCP Gunungkidul dan peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Bagi BPJS Ketenagakerjaan KCP Gunungkidul
Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, Perusahaan BPJS Ketenagakerjaan KCP Gunungkidul perlu fokus pada peningkatan kualitas layanan dan penyelesaian masalah yang memengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya
Untuk peneliti berikutnya, disarankan untuk melakukan pengembangan variabel lain yang dapat memengaruhi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Selain

menggunakan kuesioner, metode wawancara atau survei lapangan juga dapat digunakan untuk mengamati situasi di sekitar, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih lengkap dan dapat mengurangi tingkat subjektivitas.

REFERENSI

- Arianto, N., & Nirwana, Y. K. (2021). Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Simpanan sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 179-192.
- BPJS Ketenagakerjaan. (2021). Diakses pada 20 Desember 2023, dari <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/tentang-kami.html>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. In Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Semarang.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. New York : Pearson Education.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Sudarso, A., Purba, B., & Lie, D. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Kasmir. (2017). *Costumer Service Excellent*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management Globak Edition 15th*. England: Pearson Education Limited.
- Lestariningsih, T. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Online Di Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 298-323.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. *Iqtishadequity*, 57-68.
- Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Pengalaman terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* pada Nasabah PT FAC Sekuritas Indonesia di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 193-212.
- Pratiwi, K. A., Suartina, I. W., Kusyana, D. N., & Dewi, I. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pada Ratu Hotel (Ex. Queen Hotel) Denpasar dengan Kepuasan Pelanggan sebagai *Intervening*. *Jurnal Manajemen*, 17-30.
- Risal, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel *Intervening* pada BMT Kampoeng Syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1, 1-8.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Yuniarta, F., S, I. B., & Wulandari, G. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, VI, 152-158.
- Zahara, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 3, 31-38.