

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS
TERHADAP *WORD OF MOUTH INTENTION* PADA PESERTA
BPJS KETENAGAKERJAAN CABANG
BANYUASIN PANGKALAN BALAI**



Tesis Oleh:

M RICKY ARDIANSYAH

01012622327008

MANAJEMEN PEMASARAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar

Magister Manajemen

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN, LOYALITAS
TERHADAP *WORD OF MOUTH INTENTION* PADA
PESERTA BPJS KETENAGAKERJAAN CABANG
BANYUASIN PANGKALAN BALAI

Disusun oleh:

Nama : M Ricky Ardiansyah
NIM : 01012622327008
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Magister Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan


Dosen Pembimbing

Ketua



Tanggal : 27 Des 2024 Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A
NIP. 196311151988102001

Anggota



Tanggal : 27 Des 2024 Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP. 197205292006042001

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN, LOYALITAS
TERHADAP *WORD OF MOUTH INTENTION* PADA PESERTA
BPJS KETENAGAKERJAAN CABANG
BANYUASIN PANGKALAN BALAI**

Disusun oleh :

Nama : M Ricky Ardiansyah
NIM : 01012622327008
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Magister Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 6 Januari 2025 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 7 Januari 2025



Ketua

Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A
NIP. 196311151988102001

Anggota

Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si.
NIP. 197205292006042001

Anggota

Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak
NIP. 197512252015041001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Magister Manajemen

Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D.
NIP. 196703141993032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M Ricky Ardiansyah
NIM : 01012622327008
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Magister Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Loyalitas terhadap *Word of mouth intention* pada BPJS Ketenagakerjaan Banyuasin Pangkalan Balai

Pembimbing:

Dosen Pembimbing I : Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A

Dosen Pembimbing II : Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si.

Tanggal Ujian : 6 Januari 2025

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam tesis ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 3 Januari 2025

Pembuat Pernyataan



M Ricky Ardiansyah

NIM. 01012622327008

MOTTO :

AR-RAHMAN AR-RAHIM

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S Surat Al-Insyirah Ayat 5-6)”

“Wherever you go, go with all your heart” – Confucius

*Kupersembahkan Kepada :
Orang tua yang sangat aku sayangi
Istri tercinta dan kedua anakku
Saudara-saudaraku tersayang
Teman-teman seperjuangan
Almamaterku*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT. atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian tesis ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Loyalitas terhadap *Word of mouth intention* pada BPJS Ketenagakerjaan Banyuasin Pangkalan Balai. Tesis ini guna memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat gelar Magister Manajemen Program Strata Dua (S2) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Tesis ini membahas Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Loyalitas terhadap *Word of mouth intention* pada BPJS Ketenagakerjaan Banyuasin Pangkalan Balai. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengukur variabel penelitian. Kuesioner disebarkan kepada 157 responden Peserta aktif yang melakukan klaim jaminan pada BPJS Ketenagakerjaan Banyuasin Pangkalan Balai. Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi pihak Kantor BPJS Ketenagakerjaan Banyuasin Pangkalan Balai untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan, mengukur kepuasan dan loyalitas peserta agar dapat meningkatkan *Universal coverage* Jamsostek (UCJ) dengan strategi pemasaran *word of mouth* khususnya bagi pekerja sektor bukan penerima upah (BPU) / pekerja mandiri yang tidak diwajibkan terdaftar secara regulasi dan menjadi sektor pekerja dengan tingkat perlindungan jaminan sosial paling rendah, dengan harapan memberikan pengalaman positif bagi pekerja sehingga menyebarkan informasi kepercayaan terhadap program jaminan sosial ketenagakerjaan kepada masyarakat luas.

Selama penelitian dan penyusunan tesis ini penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa tesis ini jauh dari sempurna, sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang.

Palembang, 3 Januari 2025
M Ricky Ardiansyah

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penelitian dan penyusunan tesis ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. **Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A.** selaku Dosen Pembimbing I, terima kasih atas segala bantuan Ibu yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dalam penyusunan tesis ini. Berkat bantuan Ibu saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik dan tepat waktu.
2. **Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si.** selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas segala bantuan Ibu yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dalam menyelesaikan tesis ini. Berkat bantuan Ibu saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik dan tepat waktu.
3. **Dr Ahmad Maulana, S.E.,M.M.,Ak.** selaku Dosen Penguji terima kasih banyak atas bantuannya dalam proses ujian yang dilaksanakan dan telah memberikan arahan, kritik, serta saran yang membangun dalam penyelesaian tesis ini..
4. **Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D.** selaku Koordinator Program Studi Magister Manajemen Universitas Sriwijaya.
5. **Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. **Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si.** selaku Rektor Universitas Sriwijaya
7. **Bapak/Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya,** terima kasih banyak atas segala waktu, ilmu, dan pengetahuan bermanfaat yang telah diberikan selama masa perkuliahan sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.
8. **Ayahanda M.E Subroto Wahidi dan Ibunda Julailah Lani,** sebagai orang tua saya dan sosok yang menjadi motivasi terbesar saya dalam menempuh pendidikan selama ini. Terimakasih dengan penuh kesabaran memberikan doa, nasehat, mendidik, dan mendukung dalam setiap langkah, sehingga saya dapat menempuh pendidikan dengan baik.

9. **Istriku tercinta Meta Angraeni, S.Pd.,Gr dan anak-anakku tersayang Althafunnisa Hilya Abdullah dan Ghazi Abdullah** , terima kasih senantiasa setia menemani, mendukung, dan menumbuhkan semangat baru bagi saya. Memberikan dukungan penuh untuk mencapai apa yang dicita-citakan dan selalu menjadikan booster semangat untuk menjadi versi terbaik dari diri ini.
10. **Adikku Rindah Meijustika yang sedang berjuang untuk S2, serta Kerabat Keluarga dan saudara-saudaraku**, terima kasih atas semua kasih sayang dan perhatian, yang senantiasa memberi dukungan dan do'a serta turut membantu dalam penyelesaian pendidikan selama ini.
11. **Seluruh Staf Magister Manajemen Universitas Sriwijaya**, yang telah membantu selama masa perkuliahan baik dalam pengurusan dokumen maupun proses belajar-mengajar selama ini.
12. **Seluruh Teman Magister Manajemen Angkatan 54**, rekan seperjuangan selama masa perkuliahan terima kasih atas persahabatan, semangat, dan kekompakan kalian semoga kita sukses dan mencapai apa yang dicita- citakan.
13. **Kantor BPJS Ketenagakerjaan Cabang Palembang dan Kantor BPJS Ketenagakerjaan Banyuasin Pangkalan Balai** , terima kasih kepada semua insan BPJS Ketenagakerjaan yang telah meluangkan waktunya membantu, membimbing, dan memberikan kemudahan dalam pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penyelesaian tesis ini.

Semoga Allah SWT. senantiasa melimpahkan berkah dan rahmat-Nya, membalas budi baik kalian kepada kita semua. Aamiin.

Palembang, 3 Januari 2025

M Ricky Ardiansyah

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN, LOYALITAS TERHADAP *WORD OF MOUTH INTENTION* PADA BPJS KETENAGAKERJAAN CABANG BANYUASIN PANGKALAN BALAI

Oleh :
M Ricky Ardiansyah

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan (X1), Kepuasan (X2), dan Loyalitas (X3) terhadap *word of mouth intention* (Y). peserta aktif yang melakukan layanan klaim pada program jaminan sosial ketenagakerjaan pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Banyuasin Pangkalan balai yang membawahi 2 (dua) Kabupaten yaitu Banyuasin dan Musi Banyuasin. Sampel yang digunakan yaitu 157 koresponden peserta, teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* karena populasi yang besar, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sampel dalam penelitian ini adalah peserta yang melakukan klaim pada program jaminan sosial pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Banyuasin Pangkalan Balai pada oktober hingga desember tahun 2024. Penelitian ini melakukan analisis regresi berganda yang menghasilkan bukti bahwa Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas berpengaruh secara signifikan dan arah positif terhadap *word of mouth intention*. diharapkan pihak manajemen BPJS Ketenagakerjaan untuk dapat meningkatkan kualitas layanan, mengukur kepuasan dan loyalitas peserta agar dapat meningkatkan *Universal coverage Jamsostek* (UCJ) dengan strategi pemasaran *word of mouth* khususnya bagi pekerja sektor bukan penerima upah (BPU) / pekerja mandiri yang tidak diwajibkan terdaftar secara regulasi dan menjadi sektor pekerja dengan tingkat perlindungan jaminan sosial paling rendah, dengan harapan memberikan pengalaman positif bagi pekerja sehingga menyebarkan informasi kepercayaan terhadap program jaminan sosial ketenagakerjaan kepada masyarakat luas.

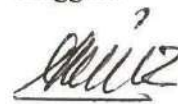
Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Kepuasan, Loyalitas, Word of Mouth*

Ketua



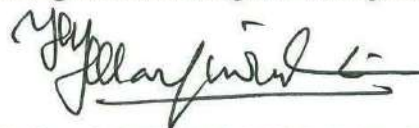
Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A
NIP. 196311151988102001

Anggota



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si.
NIP. 197205292006042001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Magister Manajemen



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D
NIP. 196703141993032001

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, SATISFACTION, AND LOYALTY ON WORD OF MOUTH INTENTION AMONG BPJS KETENAGAKERJAAN PARTICIPANTS AT BANYUASIN PANGKALAN BALAI BRANCH

By :
M Ricky Ardiansyah

This research aims to examine the influence of Service Quality (X1), Satisfaction (X2), and Loyalty (X3) on Word of Mouth Intention (Y). The participants are active claimants of the employment social security program at the BPJS Ketenagakerjaan branch in Banyuasin Pangkalan Balai, which oversees two districts: Banyuasin and Musi Banyuasin. A sample of 157 respondents was selected using non-probability sampling methods due to the large population, specifically employing purposive sampling. The sample consists of participants who filed claims for the social security program at the BPJS Ketenagakerjaan branch in Banyuasin Pangkalan Balai from October to December 2024. The study utilized multiple regression analysis, which provided evidence that Service Quality, Satisfaction, and Loyalty significantly and positively influence Word of Mouth Intention. It is recommended that the management of BPJS Ketenagakerjaan enhance service quality, measure participant satisfaction and loyalty, in order to improve Universal Coverage Jamsostek (UCJ) through Word of Mouth marketing strategies, particularly for workers in the informal sector (BPU) or self-employed workers who are not mandated to register under regulations. This approach is expected to create positive experiences for workers, thereby encouraging them to disseminate trustworthy information about the employment social security program to the wider community.

Keywords: *Service Quality, Satisfaction, Loyalty, Word of Mouth*

Chairman



Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A
NIP. 196311151988102001

Member



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si.
NIP. 197205292006042001

Known by,
Coordinator of the Master of Management Study Program



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D
NIP. 196703141993032001

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami Dosen Pembimbing Tesis menyatakan bahwa abstrak

tesis dari mahasiswa: Nama : M Ricky Ardiansyah
NIM : 01012622327008
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Magister Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Kualitas layanan, Kepuasan, Loyalitas terhadap *word of mouth intention* pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Banyuasin Pangkalan Balai

Telah kami periksa cara penulisan *grammar* maupun susunan *tenses* dan kami setujui untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Ketua



Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A
NIP. 196311151988102001

Anggota



Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si.
NIP. 197205292006042001

RIWAYAT HIDUP

Nama : M Ricky Ardiansyah
Jenis Kelamin : Laki – Laki
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 20 April 1992
Agama : Islam
Status : Menikah
Alamat Rumah : Perumahan Bukit Sejahtera Blok BP03 Kelurahan Karang Jaya Kecamatan Gandus 30148 Kota Palembang – Sumatera Selatan
Alamat E-mail : Muhammadrickyardian11@gmail.com

Pendidikan Formal

SD	SD Islam Az Zahra Palembang	(Lulus 2003)
SMP	SMP Islam Az Zahra 2 Palembang	(Lulus 2006)
SMA	SMK PGRI1 Palembang	(Lulus 2009)
Diploma III	Politeknik Negeri Sriwijaya	(Lulus 2012)
Universitas (Strata 1)	Universitas Tridinanti Palembang	(Lulus 2016)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....	xi
RIWAYAT HIDUP	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2. Manfaat Praktis.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Theory of Reasoned Action (Teori Tindakan Beralasan)	15
2.1.2. Theory of Planned Behavior (Teori Perilaku Rencanaan).....	16
2.2 Kualitas Layanan	18
2.2.1 Pengertian Kualitas Layanan.....	18
2.2.2 Dimensi Kualitas Layanan.....	20
2.3 Kepuasan Pelanggan	22
2.3.1 Pengertian Kepuasan	22
2.3.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	23
2.3.3 Dimensi Kepuasan Pelanggan	25
2.3.4. Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	26

2.4	Loyalitas Pelanggan	28
2.4.1.	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	28
2.4.2.	Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	32
2.5	Word of mouth	34
2.5.1	Pengertian <i>Word of mouth</i>	34
2.5.2	Manfaat Word of mouth	36
2.5.3	Faktor Yang Mempengaruhi Terimplementasinya <i>Word Of Mouth</i>	36
2.5.4	Dimensi <i>Word of Mouth</i>	38
2.5.5	Proses Word of Mouth.....	39
2.6	Hubungan Variable Independen Terhadap Dependen.....	40
2.6.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>Word of Mouth Intention</i>	40
2.6.2	Pengaruh Kepuasan Peserta terhadap <i>Word of Mouth Intention</i>	40
2.6.3	Pengaruh Loyalitas Peserta terhadap <i>Word of mouth Intention</i>	41
2.7	Hipotesis Penelitian.....	43
2.8	Penelitian Terdahulu.....	44
BAB III	METODE PENELITIAN	58
3.1	Rancangan Penelitian	58
3.2	Jenis dan Sumber Data	58
3.2.1.	Jenis Data.....	58
3.2.2.	Sumber Data	58
3.3	Populasi dan Sample Penelitian	59
3.3.1	Populasi Penelitian	59
3.4	Metode Pengumpulan Data	60
3.5	Teknik Analisis	61
3.5.1	Uji Instrumen Penelitian.....	61
3.5.2	Uji Validitas.....	61
3.5.3	Uji Reliabilitas.....	62
3.5.4	Metode Transformasi Data Penelitian	63
3.6	Uji Asumsi Klasik.....	64
3.6.1	Uji Multikolinearitas	64
3.7	Analisis Regresi Linier Berganda	64
3.8	Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R2).....	65
3.9	Pengujian Hipotesis.....	66
3.9.1	Pengujian Hipotesis (Parsial Uji t)	66
3.9.2	Uji Hipotesis Kesesuaian Model (Uji F)	66

3.10	Definisi Operasional Variabel	67
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.1.1	Sejarah BPJS Ketenagakerjaan	69
4.1.2	Visi dan Misi BPJS Ketenagakerjaan.....	72
4.2	Hasil Uji Instrumen Penelitian	73
4.2.1	Hasil Uji Validitas	73
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	75
4.3	Gambaran Profil Responden Penelitian	76
4.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	77
4.4.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan(X1).....	77
4.4.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (X2)	79
4.4.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (X3)	80
4.4.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Word of mouth</i> <i>intention</i> (Y)	81
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	83
4.5.1	Hasil Uji Multikolinieritas	83
4.6	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	84
4.7	Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R²) .85	
4.8	Uji Hipotesis	88
4.8.1	Hasil Uji F	88
4.8.2	Hasil Uji t	89
4.9	Pembahasan Hasil Penelitian	91
4.9.1	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap <i>Word of mouth intention</i> Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Banyuasin Pangkalan Balai	91
4.9.2	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>Word of mouth</i> <i>intention</i> Pada BPJS Ketenagakerjaan Banyuasin Pangkalan Balai ...	95
4.9.3	Pengaruh Loyalitas Terhadap <i>Word of mouth intention</i> Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Pangkalan Balai	99
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1	Kesimpulan	103
5.2	Saran	103
5.3	Keterbatasan Penelitian	105
5.4	Implikasi Hasil	106
5.4.1	Implikasi Teoritis	106
5.4.2	Implikasi Praktis.....	107

DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Coverage Kepesertaan BPU BPJS Ketenagakerjaan	4
Tabel 1.2 Laporan Pengaduan/Komplain Peserta BPJS Ketenagakerjaan Banyuasin Pangkalan Balai.....	8
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	46
Tabel 3.1 Interpretasi Koefisien Korelasi (r)	65
Tabel 3.2 Definisi Variabel Operasional.....	67
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	73
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	75
Tabel 4.3 Profil Responden Penelitian.....	76
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Pada Variabel Kualitas Layanan (X1)	78
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Pada Variabel Kepuasan Pelanggan (X2).....	79
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Pada Variabel Loyalitas Pelanggan (X3)	80
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Pada Variabel Word of mouth intention(Y)	82
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	83
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Korelasi (r)	85
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (r^2).....	86
Tabel 4.12 Hasil Sumbangan Efektif.....	87
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	88
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Teori Perilaku Terencanaan (<i>Theory of Planned Behavioral</i>)	17
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	113
Lampiran 2 Tabulasi Data Kualitas Layanan (X1), Kepuasan (X2), Loyalitas (X3) dan <i>Word of Mouth Intention</i> (Y).....	117
Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	123
Lampiran 4 Hasil Analisis Penelitian.....	128



BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia terus mengalami perubahan. ketika standar hidup meningkat, kepuasan atas kebutuhan hidup tidak lagi terbatas pada kebutuhan fisik semata. Saat ini, semakin banyak orang merasakan pentingnya keamanan dan perlindungan. Seperti yang dijelaskan oleh Maslow (1943), ada lima tingkat kebutuhan dalam hierarki kebutuhan manusia: kebutuhan untuk *self-actualization*, penghargaan, interaksi sosial, keselamatan, dan kebutuhan fisik. meskipun demikian, manusia sering tidak menyadari berbagai risiko yang dapat menimpa. dengan memiliki perlindungan asuransi atau jaminan yang memberikan perlindungan bagi semua orang, kita dapat mengatasi ketidakpastian yang disebabkan oleh risiko sosial dan ekonomi yang dapat mengancam kesehatan dan pekerjaan kita.

Menurut data dari OJK (2024), Indonesia memiliki 48 (empat puluh delapan) perusahaan asuransi jiwa, 8 (delapan) perusahaan asuransi jiwa syariah, 71 (tujuh puluh satu) perusahaan asuransi umum, 7 (tujuh) perusahaan asuransi umum syariah, 4 (empat) perusahaan asuransi wajib, 8 (delapan) perusahaan reasuransi, 2 (dua) perusahaan reasuransi syariah dan 1 (satu) asosiasi asuransi daftar terlampir. kehadiran akan banyaknya lembaga asuransi di indonesia mengakibatkan persaingan bisnis di industri asuransi/proteksi menjadi semakin

kompetitif. hal ini mendorong perusahaan-perusahaan tersebut untuk meningkatkan kemampuan dan keunggulan perusahaan dengan memanfaatkan semua potensi, termasuk berinovasi dan berpikir kreatif dalam pengelolaan perusahaan. hal ini diperlukan agar mereka dapat bertahan dan bersaing di pasar yang sangat kompetitif dalam dunia bisnis asuransi.

Penyelenggaraan program jaminan sosial adalah tanggungjawab serta kewajiban negara dalam hal ini republik Indonesia untuk memastikan jaminan dasar perlindungan atas risiko sosial dan ekonomi kepada penduduknya. sesuai dengan keterbatasan sumber daya keuangan yang dimiliki oleh Indonesia, sebagaimana juga terjadi di negara-negara berkembang lainnya, pembangunan program jaminan sosial dilakukan berdasarkan prinsip "funded social security," di mana jaminan sosial dibiayai oleh kontribusi dari peserta program tersebut (www.bpjsketenagakerjaan.go.id) (BPJS, 2024).

Sesuai amanat Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 tahun 2011 bahwa PT Jamsostek (Persero), yang telah berubah menjadi BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial) Ketenagakerjaan, entitas non profit / nirlaba yang dipercayai untuk menjalankan program jaminan sosial dasar bagi pekerja, yaitu antara lain Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Kematian (JKM), Jaminan Hari Tua (JHT), serta tambahan Jaminan Pensiun (JP) yang mulai berlaku sejak 1 Juli 2015 (Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 Tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial, 2011). Perubahan atas status hukum yang didasarkan pada Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 109 Tahun 2013 mengenai Pencapaian Kepesertaan Program Jaminan Sosial telah mengakibatkan perluasan cakupan

layanan BPJS Ketenagakerjaan saat ini program BPJS Ketenagakerjaan memberikan perlindungan dasar kepada semua kategori tenaga kerja di Indonesia yang dibagi pada 2 (dua) segementasi yaitu pekerja pada sektor formal atau Penerima Upah (PU) dan pada sektor informal atau Bukan Penerima Upah (BPU), pada sektor Penerima upah (PU) ditujukan untuk peserta yang menerima upah, gaji, dan imbalan dalam bentuk lain dari pemberi kerja contohnya seperti karyawan swasta, karyawan BUMN, Non Aparatur Sipil Negara (Non ASN), Perangkat Pemerintahan Desa/kelurahan dan lainnya serta untuk sektor Bukan Penerima upah (BPU) kepesertaan BPJS ketenagakerjaan yang diperuntukkan untuk pekerja yang bekerja secara mandiri, seperti Artis, seniman, dokter, pengacara, freelancer serta, pekerja sektor informal misalnya petani, pekebun, tukang bangunan, pembantu rumah tangga, sopir angkot, mitra ojol, pedagang, dan nelayan (Perpres nomor 109 Tahun 2013).

Mengacu pada peta jalan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Secara nasional di tahun 2024 ini BPJS Ketenagakerjaan membidik dana kelolaan tembus di angka Rp 781,77 triliun dengan target *coverage worker* sebesar 53,96 Juta pekerja aktif atau target pertumbuhan sebesar 5,7 juta pekerja dari tahun 2023 yang mana dengan *net growth* terbesar pada sektor bukan penerima upah (BPU) sebesar 53,11% (data internal BPJS Ketenagakerjaan, 2024), peserta sektor bukan penerima upah (BPU) ini memiliki kemampuan untuk memutuskan sendiri secara objektif apakah mereka akan mendaftarkan diri pada perlindungan jaminan sosial dari BPJS Ketenagakerjaan berdasarkan persepsi mereka sendiri, pendaftaran kepesertaan tidak ditekan oleh aturan pemerintah dengan pendekatan law enforcement seperti

program BPJS Ketenagakerjaan pada kategori Penerima upah (PU), Sehingga peserta BPU merupakan peserta yang paling objektif dan dinamis dalam menggunakan perlindungan jaminan sosial ketenagakerjaan Peserta BPJS Ketenagakerjaan kategori BPU mendaftarkan dirinya sebagai peserta secara sendiri tanpa intervensi ataupun paksaan dari pihak lain ataupun aturan-aturan yang mengikat.

Objek pada penelitian ini adalah Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan Cabang Banyuasin Pangkalan Balai sebuah lembaga pemerintah di Indonesia yang mengelola program jaminan sosial ketenagakerjaan di kabupaten Banyuasin dan Musi Banyuasin.

Tabel 1.1 Coverage Kepesertaan BPU BPJS Ketenagakerjaan

Year	Potensi BPS (Jiwa)		Realisasi (Jiwa)		% Realisasi	
	Banyuasin	Musi Banyuasin	Banyuasin	Musi Banyuasin	Banyuasin	Musi Banyuasin
2023	146.595	108.770	19.792	17.700	13,50%	16,27%
2022	127.610	100.978	9.712	7.205	7,61%	7,14%
2021	127.610	100.978	6.039	4.773	4,73%	4,73%

Sumber: exist.(BPJS Ketenagakerjaan, 2021, 2022, 2023)

Berdasarkan data pada Tabel 1.1. pada laporan pengelolaan program sektor bukan penerima upah (BPU) realisasi kepesertaan aktif pada perlindungan jaminan sosial ketenagakerjaan tahun 2021 s.d 2023 masih sangat rendah, Persentase Coverage Kepesertaan Sektor Bukan Penerima Upah (BPU) jika dibandingkan dengan potensi tenaga kerja sektor informal pada data Badan Pusat Statistik (BPS) masih sangat rendah tidak mencapai 17% setiap tahunnya artinya masih banyak

peserta sektor informal belum mendapatkan perlindungan dasar jaminan sosial ketenagakerjaan, Jika dilihat dari tahun ke tahun walaupun mengalami pertumbuhan namun peningkatan coverage beberapa tahun terakhir didominasi karena kebijakan pemberian bantuan iuran (PBI) pemerintah daerah yang bersumber dari dana APBD atau ADD setiap kabupaten, bukan karena murni karena kesadaran peserta untuk mendaftarkan dirinya sendiri, apabila terjadi secara berkelanjutan tentu akan membuat ketergantungan, membebani anggaran pemerintah daerah dan mempengaruhi kinerja badan sehingga rendahnya *brand awareness* BPJS Ketenagakerjaan pada sektor bukan penerima upah (BPU), penyebab penurunan serta rendahnya coverage kepesertaan ini diduga karena rendahnya tingkat penyebaran rekomendasi positif yang dilakukan dari mulut ke mulut atau terjadinya justru penyebaran rekomendasi yang negatif melalui word of mouth ditengah kasus asuransi plat merah yang gagal bayar dan bermasalah beberapa tahun terakhir.

Menurut Sumardy, Silviana, dan Melone (2005) Word of Mouth adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh sebuah merek agar konsumen membicarakan, mempromosikan, dan mau menjual merek perusahaan kepada orang lain (Harrison-Walker, 2001), menunjukkan bahwa Word of Mouth (WOM) lebih efektif daripada iklan di majalah dan koran, empat kali lebih efektif dari personal selling, dan dua kali lebih efektif daripada iklan radio dalam upaya perusahaan memengaruhi pelanggan untuk beralih dan menggunakan produk mereka, konsumen lebih mempercayai personal word of mouth bila dibandingkan dengan iklan dari sejumlah produk dan layanan (Del I. Hawkins & David L.

Mothersbaugh, 2010). WOM mencakup komentar, pujian, dan rekomendasi yang diberikan oleh pelanggan kepada orang lain berkenaan dengan pengalaman mereka dalam menggunakan produk atau layanan. hal ini memiliki dampak signifikan pada keputusan pembelian dan perilaku pelanggan. word of mouth (WOM) terjadi ketika pelanggan berbicara kepada pelanggan lainnya baik lisan, tulisan maupun elektronik, ketika WOM terjadi pelanggan akan saling bertukar pikiran tentang produk dan jasa yang digunakannya (Latief, 2019). tidak dapat dipungkiri bahwa word of mouth (WOM) memainkan peran penting dalam mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. kekuatan dari WOM communication berasal dari kenyataan bahwa orang menganggap sumber-sumber komunikasi personal lebih dipercaya dari sumber-sumber komunikasi lainnya seperti iklan platform podcast, streaming, dan live TV. tidak hanya penonton Indonesia yang menghindari iklan televisi, namun berdasarkan riset yang dilakukan terhadap pemirsa televisi di Amerika Serikat, terungkap bahwa responden yang selalu menghindari tayangan iklan komersial tercatat berjumlah 64 % (Nielsen, 2024).

Terdapat beberapa variabel penting yang digunakan dalam penelitian ini dan variabel tersebut merupakan strategi pemasaran yang mempengaruhi word of mouth intention terhadap suatu produk dan atau layanan jasa, yaitu kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas.

Menurut Parasuraman & Zeithaml (1988) kualitas pelayanan (service quality) merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. pelanggan terlibat dalam suatu proses jasa,

maka merekalah yang menentukan kualitas jasa yang mereka rasakan. kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan word of mouth intention. (Rambe & Mpiti, 2017), menyatakan bahwa beberapa faktor mempengaruhi terjadinya komunikasi mulut ke mulut (WOM) oleh konsumen, termasuk kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan nasabah. Tjiptono & Chandra (2020), menyatakan bahwa kualitas layanan adalah tingkat kemurnian yang diharapkan dan kontrol atas tingkat kemurnian untuk memenuhi keinginan pelanggan, dengan kata lain semakin baik kualitas layanan yang dipandang oleh konsumen, semakin banyak konsumen yang akan berencana untuk melakukan komunikasi positif mulut ke mulut. Kwun et al. (2013) menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki efek signifikan pada komunikasi mulut ke mulut (WOM), sebaliknya jika kualitas layanan yang dipandang oleh konsumen buruk, konsumen cenderung melakukan komunikasi negatif mulut ke mulut.

Sebagai organisasi non-profit/nirlaba BPJS Ketenagakerjaan wajib memberikan pelayanan publik atau jasa kepada masyarakat, dan prinsip yang sama berlaku untuk layanan jasa pada perusahaan profit atau ketika masih berbentuk sebagai BUMN yang memberikan perlindungan atau asuransi kepada masyarakat. mengingat pentingnya tugas ini, BPJS Ketenagakerjaan ini selalu meningkatkan kompetensinya di semua sektor pelayanan serta mengembangkan beragam program serta manfaat yang langsung bermanfaat bagi para pekerja dan keluarga mereka. kualitas pelayanan yang tinggi menjadi faktor kunci dalam mencapai kesuksesan dalam sektor jasa.

Namun permasalahan lain yang terus muncul meliputi aduan dari peserta yang diterima melalui kotak saran, laporan pada situs lapor.go.id, e-survey, serta keluhan langsung yang disampaikan kepada petugas . Salah satu keluhan saat ini adalah terkait proses klaim yang diajukan secara daring, namun tidak dapat dikonfirmasi karena berkasnya tidak lengkap. selain itu, klaim juga dapat diajukan melalui aplikasi JMO atau lapakasikbpjsketenagakerjaan.go.id, yaitu aplikasi online klaim dari BPJS Ketenagakerjaan. namun, ada kendala dalam pemrosesan klaim karena adanya masalah biometrik akibat data yang masih aktif di perusahaan lain. selain itu, terdapat keluhan yang disampaikan dari kanal tersebut diatas menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan masih perlu peningkatan dalam hal responsivitas. sehingga mengatasi hal ini, diperlukan peningkatan dalam pelatihan dan komunikasi yang diberikan oleh BPJS Ketenagakerjaan cabang Banyuasin dan Musi banyuasin kepada peserta, pada objek penelitian yang dilakukan terdapat sejumlah laporan pengaduan atau komplain yang disampaikan atas umpan balik dari kualitas layanan yang diberikan hingga Desember tahun 2024 dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1.2 Laporan Pengaduan/Komplain Peserta BPJS Ketenagakerjaan Banyuasin Pangkalan Balai

Bulan	Jenis Pengaduan	Jumlah
Januari	Jaminan dan layanan	5
Februari	Jaminan	2
Maret	Jaminan dan layanan	7
April	Jaminan dan layanan	7
Mei	Jaminan dan layanan	9
Juni	Jaminan dan layanan	5
Juli	Koreksi data peserta	1
Agustus	Data kepesertaan dan jaminan	5
September	Jaminan dan layanan	4

Oktober	Jaminan dan layanan	5
November	Jaminan dan layanan	3
Desember	Jaminan dan layanan	8
Total Pengaduan/Komplain		61

Sumber: Data internal BPJS Ketenagakerjaan, 2024

Selain kualitas layanan terdapat faktor lain yang mempengaruhi word of mouth intention yaitu kepuasan. Kotler & Keller (2016) menyatakan kepuasan adalah hasil dari perasaan senang atau kecewa yang timbul, kepuasan pelanggan memiliki peranan penting dalam menjaga kesetiaan pelanggan, kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap sebuah layanan yang mereka gunakan akan berdampak positif terhadap kelangsungan perusahaan, menurut Mei Yasfi & Pardede (2023) bahwa kepuasan pelanggan memiliki peran sentral dalam menghubungkan kualitas layanan elektronik dengan retensi pelanggan (pembelian berulang) dan menciptakan promosi kata-kata mulut kemulut. hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rizal et al. (2018) kepuasan konsumen (kepuasan nasabah) memiliki hubungan positif dan mempengaruhi (kata-kata mulut). hubungan antara pengaruh kepuasan nasabah terhadap kata-kata mulut cukup tinggi, yaitu sebesar 55,5%, yang berarti bahwa konsumen yang sangat puas akan membeli produk dan merek yang sama, memberikan promosi positif, dan mendorong kata-kata mulut kepada orang lain serta menjadi konsumen seumur hidup.

Pengertian loyalitas pelanggan menurut Kotler & Keller (2016) adalah situasi konsumen yang tetap setia membeli dan memanfaatkan produk baik berupa barang atau jasa pada satu perusahaan dengan membelanjakan seluruh anggaran yang

dimilikinya. menurut (Avin chrsty, 2018) pelanggan yang loyal akan membawa pelanggan lain untuk juga menikmati produk atau jasa sebuah perusahaan, pelanggan yang loyal alat promosi yang efektif yang akan membantu pihak perusahaan menyebarkan informasi mulut ke mulut, hal ini didukung oleh penelitian Pratiwi & NL (2021) menyatakan hasil bahwa loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap word of mouth. sehingga dapat ditunjukkan bahwa loyalitas pelanggan mampu mempengaruhi tingkat word of mouth. Semakin tinggi kesetiaan dari pelanggan maka tingkat penyebaran yang dilakukan melalui word of mouth yang dilakukan oleh pelanggan produk XL Axiata juga akan semakin meningkat. Pihak perusahaan hendaknya menjaga dan mempertahankan kesetiaan pelanggan dengan baik.

BPJS Ketenagakerjaan perlu menyadari hal ini. ketika konsumen memiliki kepercayaan pada perusahaan dan menerima layanan berkualitas, perusahaan dapat membangun loyalitas pelanggan. Kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan positif yang menghilangkan keraguan terkait risiko. Dalam konteks ini, kepercayaan adalah keyakinan konsumen terhadap kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada mereka. Kepuasan dan loyalitas yang dirasakan oleh pelanggan dapat mendorong mereka untuk berbagi pengalaman mereka dengan orang lain. Sebaliknya, pelanggan yang merasa tidak puas dapat berpotensi menjadi pengaruh negatif bagi citra perusahaan karena mereka dapat menolak merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.

Fenomena dalam penelitian ini pada variabel Kualitas layanan, Kepuasan, Loyalitas memegang peran penting dalam menciptakan *word of mouth intention* pada BPJS Ketenagakerjaan Banyuasin Pangkalan Balai. BPJS Ketenagakerjaan berusaha memberikan kualitas pelayanan terbaik untuk memastikan pelanggan merasa puas dan meninggalkan kesan positif. hal ini akan meningkatkan kepercayaan dan keyakinan konsumen, sehingga mereka akan tetap setia atau loyal sebagai peserta aktif BPJS Ketenagakerjaan. selain itu, mereka juga akan berbagi pengalaman positif mereka dengan BPJS Ketenagakerjaan kepada teman dan keluarga tanpa disadari.

Berdasarkan latarbelakang masalah yang telah diuraikan diatas didapatkan bahwa rumusan penelitian yaitu bagaimana pengaruh kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas terhadap *word of mouth intention* di BPJS Ketenagakerjaan Banyuasin Pangkalan Balai. Rumusan masalah ini tidak terlepas dari temuan hasil penelitian sebelumnya yang meneliti faktor – faktor Kualitas layanan, Kepuasan dan Loyalitas yang mempengaruhi *word of mouth intention*.

Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan *Word of Mouth* (WOM) dapat diciptakan dengan Kualitas layanan, Kepuasan dan loyalitas adalah Faktor pertama penelitian dari Dangaiso et al. (2024) ; Kevin Viadi (2023) ; Rena Yuliana, Agus Rahayu, Heny Hendrayati (2023); Mei Yasfi, S., & Pardede (2023); Rachbini (2021) ; Tantri Yanuar Rahmat Syah, Cahyo Kusumo Wijoyo (2021) ; Jowianto, Markus & Zuhdi, Saefudin (2019) ; Melastri, Komang & Giantari, I Gusti Ayu (2019) ; Rahayu (2018); Prevista Fakhrun Nisa', Harti (2015) menunjukkan hasil penelitian bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Word Of Mouth namun terdapat hasil berbeda pada penelitian oleh Li (2013) menemukan bahwa kualitas layanan memiliki korelasi positif yang tidak signifikan dengan Word-of-Mouth (WOM) demikian juga dengan hasil dari penelitian Rena Yuliana et al. (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan yang dirasakan tidak berdampak langsung pada word of mouth.

Faktor Kedua Penelitian yang dilakukan Dangaiso et al. (2024) ; Viadi (2023) ; Mei Yasfi, S., & Pardede, R. (2023) ; Luh Ade Pratiwi, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi (2021) ; Tantri Yanuar Rahmat Syah, Cahyo Kusumo Wijoyo (2021) ; Titing, Andry & Wonua, Almansyah (2020) ; Mohsin Abdur Rehman , Erisher Woyo , Joy Eghonghor Akahome & Muhammad Danial Sohail (2022) ; Jowianto, Markus & Zuhdi, Saefudin (2019) ; Prevista Fakhrun Nisa', Harti (2015) ; Nunung Ghoniyah (2013) didapati bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa variable kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable word of mouth namun pada penelitian lainnya ditemukan bahwa variable kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable word of mouth yaitu oleh Fitriani, Fitriani & Briliana, Vita (2018) dengan judul pengaruh Satisfaction, Loyalty dan Trust Terhadap WOM Behaviour pada Pelanggan Carrefour Lebak Bulus, Jakarta.

Pada faktor ketiga pada variable loyalitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variable word of mouth pada penelitian Luh Ade Pratiwi, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi (2021); Titing, Andry & Wonua, Almansyah (2020) ; Mohsin Abdur Rehman , Erisher Woyo , Joy Eghonghor Akahome & Muhammad Danial Sohail (2020) ; Fitriani, Fitriani & Briliana, Vita (2018) ;

Karami, Mohammad & Elahinia, Naser (2018) ; Harris, Patricia. (2017) ; Li, Shao-Chang (2013) namun ditemukan hasil penelitian yang berbanding terbalik oleh Dr. Rahayu (2018) ditemukan bahwa ditemukan korelasi positif tidak ditemukan atas variable loyalitas pada komunikasi dari mulut ke mulut atau word of mouth.

Pada penelitian ini akan dilakukan pengujian lebih lanjut terhadap temuan empiris beberapa variabel penting yang digunakan dalam penelitian ini dan variabel tersebut merupakan strategi pemasaran yang mampu mempengaruhi atau menciptakan word of mouth intention yaitu Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas, Berdasarkan latar belakang di atas mendorong peneliti untuk meneliti “Pengaruh Kualitas Layanan , Kepuasan, Loyalitas Terhadap Word Of Mouth intention Pada Peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Banyuasin Pangkalan Balai”.

1.2 Perumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan informasi yang telah diberikan, pertanyaan berikut dapat dirumuskan: Bagaimana Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan, loyalitas, terhadap *Word of mouth Intention* pada peserta yang melakukan klaim di BPJS Ketenagakerjaan pada Cabang Banyuasin Pangkalan Balai ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan bukti empiris melalui analisis Pengaruh hubungan antara kualitas layanan , kepuasan pelanggan dan loyalitas terhadap *word of mouth Intention* peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Banyuasin Pangkalan Balai

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dan wawasan bagi para pembaca untuk meningkatkan pengetahuan ilmiahnya terkait pengaruh kualitas layanan yang berikan oleh BPJS Ketenagakerjaan Cabang Banyuasin Pangkalan Balai atas Kepuasan, loyalitas terhadap *word of mouth intention*.

1.4.2. Manfaat Praktis

1.4.2.1. Bagi BPJS Ketenagakerjaan

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber rujukan bagi BPJS Ketenagakerjaan dalam menentukan kebijakan dalam hal evaluasi kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas agar tercipta *word of mouth intention* bagi peserta

1.4.2.2. Bagi Badan Usaha secara umum

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber rujukan dan masukan dalam pengelolaan manajemen Pemasaran khususnya dalam menilai perilaku konsumen atau peserta

1.4.2.3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi tambahan untuk Pendidikan perihal pengelolaan manajemen pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridi, S. A. M. H., & Waqar Alam. (2018). Impact of service quality on word of mouth communication: mediating role of customer satisfaction. *Journal of Managerial Sciences* , 12(1), 1–10.
- Ardani, W., & Sri Suprpti, N. W. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Wom (Studi di RSUD Wangaya Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 1(2).
- Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644. <https://doi.org/10.1086/209376>
- BPJS. (2024). *Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan* . <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/> .
- BPJS Ketenagakerjaan. (2021). *Data jaminan sosial ketenagakerjaan di Kabupaten Banyuasin dan Musi Banyuasin*.
- BPJS Ketenagakerjaan. (2022). *Data jaminan sosial ketenagakerjaan di Kabupaten Banyuasin dan Musi Banyuasin*.
- BPJS Ketenagakerjaan. (2023). *Data jaminan sosial ketenagakerjaan di Kabupaten Banyuasin dan Musi Banyuasin*.
- Dangaiso, P., Mukucha, P., Makudza, F., Towo, T., Jonasi, K., & Jaravaza, D. C. (2024). Examining the interplay of internet banking service quality, e-satisfaction, e-word of mouth and e-retention: a post pandemic customer perspective. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2296590>
- Del I. Hawkins, & David L. Mothersbaugh. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (Elevent Edition). McGraw-Hil .
- Fakhrun Nisa, P. (2015). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP WOM (WORD OF MOUTH) MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA BUS PUTRA MAS KELAS EKONOMI. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
- Fitriani, F., & Briliana, V. (2018). Pengaruh Satisfaction, Loyalty dan Trust Terhadap WOM Behaviour pada Pelanggan Carrefour Lebak Bulus, Jakarta. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 8(1), 49–60. <https://doi.org/10.55601/jwem.v8i1.544>
- Ghonyah, N. (2013). Creating Positive Word of Mouth Intention by Reputation, Satisfaction Relational and Customer-Company Identification. *Jurnal Fokus Ekonomi*, 8(1).
- Hair, et al. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). Pearson Prentice Hall.

- Harris, P., & Khatami, N. A. (2017). Antecedents of word of mouth behaviour among female grocery shoppers in Iran. *Journal of Islamic Marketing*, 8(1), 2–15. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2015-0014>
- Harrison-Walker, L. J. (2001). The Measurement of Word-of-Mouth Communication and an Investigation of Service Quality and Customer Commitment As Potential Antecedents. *Journal of Service Research*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.1177/109467050141006>
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Pressindo .
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*.
- Jowianto, M., & Zuhdi, S. (2019). Pengaruh Facility Support, Service Performance, dan Customer Satisfaction Terhadap Word of Mouth. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), 313–318. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i3.283>
- Karami, M., & Elahinia, N. (2019). The influence of service quality on Iranian students satisfaction, loyalty and WOM: A case study of North Cyprus. *Pressacademia*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2019.1031>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. 15th ed.* Person Education.
- Kwun, D. J.-W., Ellyn, E., & Choi, Y. (2013). Campus Foodservice Attributes and their Effects on Customer Satisfaction, Image, and Word-of-mouth. *Journal of Foodservice Business Research*, 16(3), 276–297. <https://doi.org/10.1080/15378020.2013.810534>
- Latief, R. (2019). *Word of mouth communication: penjualan produk*. Media Sahabat Cendekia.
- Liao, S. H., Chung, Y. C., Hung, Y. R., & Widowati, R. (2010). The impacts of brand trust, customer satisfaction, and brand loyalty on word-of-mouth. *2010 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management*, 1319–1323. <https://doi.org/10.1109/IEEM.2010.5674402>
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek* (1st ed.). Salemba Empat.
- Mahrinasari, M. S., Marquette, C., & Bangsawan, S. (2017). Impact of electronic word-of-mouth communication on building brand equity: an Indonesian perspective. *J. for Global Business Advancement*, 10(5), 527. <https://doi.org/10.1504/JGBA.2017.088938>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>

- Mc Graw Hill, S. (2009). *Word Of Mouth Marketing*.
- Mei Yasfi, S., & Pardede, R. (2023). Influence E-Service Quality Towards Customer Retention and Word of Mouth (WOM) Mediated By Customer Satisfaction. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 4(11), 1168–1180. <https://doi.org/10.59141/jiss.v4i11.927>
- Melastri, K., & Giantari, I. G. A. K. (2019). Effect of service quality, company image, and customer satisfaction in Word Of Mouth. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 6(4), 127–134. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v6n4.666>
- Nielsen. (2024). <https://www.nielsen.com>. <https://www.nielsen.com/> .
- OJK. (2024). *Data statistik industri asuransi di Indonesia tahun 2024*.
- Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1). <https://search.proquest.com/openview/7d007e04d78261295e5524f15bef6837/1?pq-origsite=gscholar&cbl=41988>
- Prasetyo, T., Parawansa, D. A. S., & Baumassepe, A. N. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Word of Mouth Penghuni Perumahan Karyawan (Studi Kasus Pada Departemen GFS PT. Vale Indonesia)*.
- Pratiwi, L. A., & NL, S. T. (2021). Pengaruh Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Word Of Mouth Pada Pelanggan Produk XL Axiata Di Kecamatan Buleleng. *Bisma : Jurnal Manajemen* .
- Purbandari, E., Sugandini, D., & Sutiono, H. T. (2018). WORD OF MOUTH SEBAGAI KONSEKUENSI KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11(1), 111–124. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i1.2355>
- Rahayu. (2018). Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Word of Mouth on Loyalty. *Journal of International Business and Economics* , 6(1), 7–11.
- Rambe, P., & Mpiti, N. (2017). *The Influence of private and public finance, organisational and environmental variables on the performance of Beauty Salons in the Free State South Africa: A theoretical perspective*.
- Rehman, M. A., Woyo, E., Akahome, J. E., & Sohail, M. D. (2022). The influence of course experience, satisfaction, and loyalty on students' word-of-mouth and re-enrolment intentions. *Journal of Marketing for Higher Education*, 32(2), 259–277. <https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1852469>
- Rizal, H., Yussof, S., Amin, H., & Chen-Jung, K. (2018). EWOM towards homestays lodging: extending the information system success model. *Journal*

- of Hospitality and Tourism Technology*, 9(1), 94–108.
<https://doi.org/10.1108/JHTT-12-2016-0084>
- 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 (JEECAR)*, 9(3), 543–553.
<https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i3.889>
- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2016b). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sumardy, Marlin Silviana, & Melina Melone. (2005). *The Power of Word of Mouth. Marketing* (Fandy Tjiptono, Ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Syah, T. Y. R., & Wijoyo, C. K. (2021). Service Quality and Customer Satisfaction on WOM a Private Hospital in Indonesia. *JMMR (Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit)*, 10(1), LAYOUTING.
<https://doi.org/10.18196/jmmr.v10i1.10141>
- Taghizadeh, H., Taghipourian, M. J., & Khazaei, A. (2013). The Effect of Customer Satisfaction on Word of Mouth Communication. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 5(8), 2569–2575.
<https://doi.org/10.19026/rjaset.5.4698>
- Titing, A. S., & Wonua, A. R. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Word of Mouth (Studi Kasus di Cafe Come On Coffe Pomalaa). *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10(1), 34–47.
<https://doi.org/10.52643/jam.v10i1.873>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik*. Andi.
- Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 Tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial, Lembaran Negara Republik Indonesia. (2011).
- Viadi, K. (2023). Analysis The Impact of Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Commitment, On Word of Mouth. *Social Economics and Ecology International Journal (SEEIJ)*, 5(2). <https://doi.org/10.21512/seeij.v5i2.10031>
- Yudiantoro, D., Astuti, W., & Respati, H. (2019). The Influence of Relationship Marketing and Service Quality on Customer Satisfaction and Impact on Word of Mouth Customers at the Bank Rakyat Indonesia Tulungagung Branch. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering*, 5(8), 178–182.
- Yuliana, R., Rahayu, A., & Hendrayati, H. (2023). The Influence Marketing Mix and Service Quality Towards Word of Mouth and Ride-Service Platform

Usage. *West Science Business and Management*, 1(05), 544–552.
<https://doi.org/10.58812/wsbm.v1i05.417>

Zeithaml, A. V. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.