

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BERDASARKAN PADA TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN BPJS KESEHATAN

THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICE AND CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ON CONSUMER LOYALTY BASED ON BPJS CONSUMER SATISFACTION LEVEL

Rizka Nuraini Suparjo¹⁾, Putu Nina Madiawati²⁾

^{1,2,)} Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung

¹ rizkanurainisuparjo@student.telkomuniversity.ac.id, ² pnamad@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

BPJS Kesehatan merupakan pelayanan yang disediakan untuk semua kalangan masyarakat, sehingga pelayanannya yang diberikan harus baik dalam segala hal. Dalam penelitian ini dilakukan guna untuk mengetahui penilaian masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan oleh BPJS Kesehatan dalam hal kualitas pelayanan, *customer relationship management*, loyalitas konsumen dan tingkat kepuasan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal, skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Teknik sampling yang digunakan yaitu teknik *non-probability* jenis *purposive sampling*, yang melibatkan 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *SmartPLS*.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kualitas pelayanan terhadap loyalitas memiliki hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, pengaruh *customer relationship management* terhadap tingkat kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan, pengaruh tingkat kepuasan terhadap loyalitas konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan, pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kemudian pengaruh *customer relationship management* tidak berpengaruh atau tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Management*, Loyalitas Konsumen, dan Tingkat Kepuasan.

Abstract

BPJS Health is a service provided to all members of the community, so the services provided must be good in all respects. In this study conducted in order to determine the assessment of the community of services provided by BPJS Health in terms of service quality, customer relationship management, customer loyalty and satisfaction levels.

This research uses quantitative methods with descriptive and causal research types, the measurement scale used is a Likert scale. The sampling technique used is the non-probability type of purposive sampling, which involved 100 respondents. The data analysis method used is Structural Equation Modeling (SEM) and data processing is performed using SmartPLS.

Based on the results of testing the service quality hypothesis on loyalty has a positive and significant effect on the quality of customer service, the influence of customer relationship management on the level of satisfaction has a positive and significant effect, the effect of the level of satisfaction on customer loyalty has a positive and significant effect, the effect of service quality has a positive effect and significant on consumer loyalty, then the influence of customer relationship management has no effect or is not significant on customer loyalty.

Keywords: Service Quality, *Customer Relationship Management*, Consumer Loyalty, and Level of Satisfaction.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pelayanan pelanggan dan administrasi BPJS Kesehatan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, karena seiring dengan berkembangnya zaman peserta BPJS Kesehatan menjadi semakin peka dengan pelayanan yang diberikan oleh BPJS Kesehatan sehingga BPJS Kesehatan dituntut untuk selalu melakukan evaluasi dan perbaikan menyeluruh terhadap pelayanan guna mempertahankan dan membina hubungan yang baik dengan para pesertanya melalui penerapan *Customer Relationship Management* (CRM). Penerapan CRM itu sendiri oleh BPJS Kesehatan adalah dengan melalui adanya program Saluran Informasi dan Penanganan Pengaduan (SIPP) yang tersedia pada laman BPJS Kesehatan. Selain adanya program SIPP tersebut, ada beberapa hal yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan guna menerapkan CRM. Contohnya adalah BPJS Kesehatan Kantor Cabang Karawang yang menerapkan CRM dengan selalu mengutamakan hubungan dengan pelanggan baik melalui *contact center* dan *customer visit* selain itu, BPJS Kesehatan Kantor Cabang Karawang juga melakukan pembekalan kepada para karyawannya agar dapat memberikan pelayanan yang optimal kepada para pelanggan.

Dalam hal itu dapat mempengaruhi loyalitas para pelanggan. Loyalitas menurut beberapa ahli merupakan fungsi dari suatu kepuasan pelanggan atau dalam hal ini adalah pasien, rintangan dari suatu pengalihan, dan sebagian dari keluhan pelanggan atau pasien. Pasien yang merasa terpuaskan dapat melakukan tindakan berulang sebagai penggunaan jasa secara berulang pada waktu yang akan datang dan memberitahukan pada orang lain atas kinerja produk jasa yang dirasakan. Loyalitas pada pasien di sini merupakan dampak dari kesetiaan pasien atas suatu layanan atau jasa medis tertentu yang diwujudkan secara berkelanjutan dari kepuasan pasien dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit serta untuk menjadi pengguna secara berulang di rumah sakit yang bersangkutan. Loyalitas menjadi suatu bentuk nyata atas kesediaan pasien untuk menggunakan kembali, yang memiliki kekuatan dan sikap positif terhadap rumah sakit.

Selama bertahun-tahun memberikan pelayanan kepada masyarakat, BPJS Kesehatan telah memiliki jumlah peserta mencapai 221.580.743 jiwa per tahun 2019 hal ini menunjukkan adanya peningkatan jumlah peserta jika dibandingkan dengan jumlah peserta tahun 2018 yang mencapai 189,67 juta jiwa. Namun hal ini berbanding terbalik dengan tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan BPJS Kesehatan yang mengalami penurunan sejak tahun 2018. Indeks kepuasan peserta BPJS Kesehatan secara nasional pada tahun 2014-2017 berhasil mencapai angka 85% namun pada tahun 2018 mengalami penurunan hingga angka 79%. Banyak hal yang mempengaruhi adanya penurunan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan BPJS Kesehatan. Pelayanan pelanggan dan administrasi merupakan hal yang sangat perlu untuk diperhatikan oleh sebuah instansi pemerintah seperti BPJS Kesehatan, karena bagian tersebut merupakan bagian yang sering berhadapan langsung dengan pelanggan dalam menangani keluhan, kritik, dan proses administratif dari peserta.

Permasalahan yang sering terjadi terkait dengan pelayanan BPJS Kesehatan secara umum berupa aturan mengenai kartu pengguna BPJS yang baru dapat aktif sepekan setelah pendaftaran diterima, kemudian rujukan lembaga jasa kesehatan yang ditunjuk oleh BPJS Kesehatan yang terbatas dan tidak fleksibel, rumitnya alur pelayanan BPJS Kesehatan yang menerapkan alur pelayanan berjenjang, hingga permasalahan mengenai antrian panjang BPJS Kesehatan yang paling sering dikeluhkan oleh peserta. Seperti halnya yang terjadi di kantor BPJS Kesehatan cabang Karawang pada bulan April 2020 lalu. Permasalahan mengenai antrian panjang ini sudah cukup lama berlangsung dan sudah sepatutnya untuk dianggap serius oleh BPJS Kesehatan, mengingat bahwa antrian panjang yang sering terjadi baik di fasilitas kesehatan terutama rumah sakit akan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan peserta terhadap program layanan BPJS Kesehatan nantinya. Pada contoh permasalahan yang terjadi di lapangan ada seorang pasien pengguna BPJS Kesehatan di Kabupaten Karawang (15/07/2019) mendapatkan pelayanan yang kurang baik dari perawat, pasien dipaksa harus menunggu selama 3 jam untuk mendapatkan penanganan, sedangkan pasien sangat butuh penanganan cepat. Hal ini terjadi karena perawat merasa kecewa dengan kebijakan BPJS Kesehatan yang menunggak upah kepada perawat. Sehingga perawat tidak melayani pengguna BPJS Kesehatan secara maksimal. Dalam permasalahan ini BPJS Kesehatan harus memperhatikan aspek-aspek yang berpengaruh pada Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Management*, Tingkat Kepuasan dan Loyalitas para pengguna. Permasalahan ini merupakan permasalahan yang berkaitan dengan administratif dan kualitas pelayanan dari BPJS Kesehatan. Melalui fenomena-fenomena mengenai permasalahan pelayanan BPJS Kesehatan maka kualitas pelayanan dan CRM perlu diperhatikan oleh BPJS Kesehatan karena hal tersebut nantinya akan mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas dari peserta BPJS Kesehatan.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Karawang karena melihat permasalahan yang terjadi, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menjadi referensi agar permasalahan yang terjadi tidak terulang Kembali. Agar Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Management*, Tingkat Kepuasan dan Loyalitas para pengguna di Kabupaten Karawang dapat meningkat.

Dari beberapa uraian terkait dengan pelayanan yang di berikan oleh BPJS Kesehatan maka dilakukan penelitian untuk mengetahui kualitas pelayanan dari BPJS Kesehatan, *customer relationship management*, dan tingkat kepuasan serta loyalitas yang di berikan dari pengguna pelayanan BPJS Kesehatan. Kualitas dari pelayanan BPJS Kesehatan tentunya akan mempengaruhi keinginan masyarakat untuk memilih asuransi ini, terlebih pemerintah telah menargetkan untuk meningkatkan jumlah peserta BPJS Kesehatan di tahun 2020 ini.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

1. Bagaimana kualitas pelayanan BPJS Kesehatan?
2. Bagaimana *customer relationship management* pada BPJS Kesehatan?
3. Bagaimana tingkat kepuasan BPJS Kesehatan?
4. Bagaimana loyalitas BPJS Kesehatan?
5. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan?
6. Berapa besar pengaruh *customer relationship management* terhadap tingkat kepuasan?
7. Berapa besar pengaruh tingkat kepuasan terhadap loyalitas konsumen?
8. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui tingkat kepuasan?
9. Berapa besar pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas konsumen melalui tingkat kepuasan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Kualitas pelayanan BPJS Kesehatan
2. *Customer relationship management* pada BPJS Kesehatan
3. Tingkat kepuasan BPJS Kesehatan
4. Loyalitas BPJS Kesehatan
5. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan
6. Pengaruh *customer relationship management* terhadap tingkat kepuasan
7. Pengaruh tingkat kepuasan terhadap loyalitas pengguna
8. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui tingkat kepuasan
9. Pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas konsumen melalui tingkat kepuasan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Lewis dan Booms (2016:125) Kualitas Pelayanan menyatakan bahwa ukuran seberapa baiknya tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen. Sedangkan menurut Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016:442) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan terdiri dari 5 elemen, yaitu : *Tangible* (Berwujud), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Cepat Tanggap), *Assurance* (Kepastian), dan *Empathy* (Empati)

2.2 Customer Relationship Management

Menurut Kotler dan Keller (2016:168) "*CRM is process of carefully managing detailed information about individual customer and all customer "touch point" to maximize loyalty. CRM is important because a major driver of company profitability is the aggregate value of the company's customer base.*" CRM adalah proses dengan hati-hati mengelola informasi rinci tentang pelanggan individual dan semua pelanggan "titik sentuh" untuk memaksimalkan loyalitas. CRM penting karena pendorong utama profitabilitas perusahaan adalah nilai keseluruhan dari basis pelanggan perusahaan. Menurut Buttle dan Maklan (2015:16) menyatakan bahwa "*CRM is the core business strategy that integrates internal processes and function, and external networks, to crate and deliver values to targeted customers at a profit. It is grounded on high-quality customer-related data and enable by information technology.*" CRM merupakan strategi bisnis inti yang mengintegrasikan proses dan fungsi internal, dan jaringan eksternal, untuk menciptakan dan memberikan nilai kepada pelanggan yang ditargetkan dengan untung. Di dasarkan pada data terkait pelanggan berkualitas tinggi dan diaktifkan oleh teknologi informasi.

2.3 Loyalitas Konsumen

Loyalitas Konsumen menurut Kotler dan Keller (2016:138) “*A deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service in the future despite situational influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior.*” Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

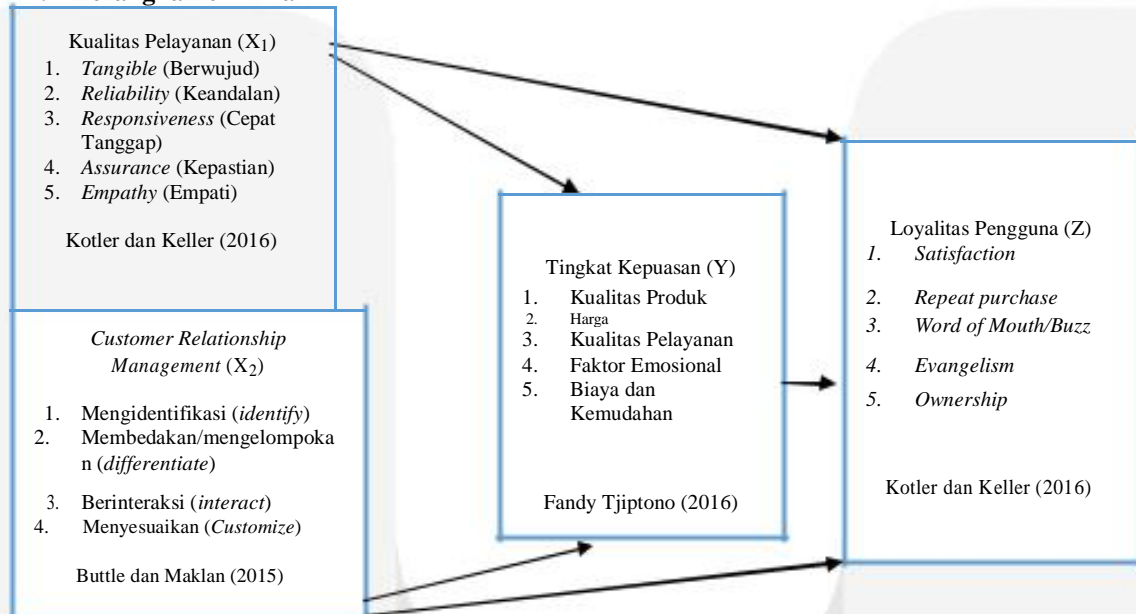
Menurut Yuniarti (2015:240) Loyalitas pelanggan yaitu kesetiaan konsumen tidak terbentuk dalam waktu singkat, tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman konsumen dari pembelian konsisten sepanjang waktu. Apabila sesuai dengan harapan, proses pembelian ini terus berulang. Hal ini dapat dikatakan bahwa telah timbul kesetiaan konsumen.

2.3 Tingkat Kepuasan

Kotler dan Keller (2016:150) menyatakan bahwa tingkat kepuasan merupakan hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja suatu perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan merasa puas jika harapan mereka terpenuhi, dan merasa gembira ketika harapan mereka terlampaui. Pelanggan yang merasakan kepuasan cenderung loyal dan bertahan lama, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan bagi perusahaan.

Tingkat Kepuasan menurut Kotler dan Keller (2016:153), “*Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations*”.

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
Sumber : Hasil Olahan Data peneliti (2019)

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kuantitatif kasual. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik sampling *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini meliputi Konsumen BPJS Kesehatan kota Karawang yang berjumlah 100 orang. Jumlah sampel yang diharapkan 100% mewakili populasi adalah sama dengan jumlah anggota populasi itu sendiri. Penelitian ini menggunakan metode analisis PLS

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas Kepuasan Kualitas Pelayanan (X₁)

Variabel	No Item	r Hitung	r Tabel (n=30)	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	1	0,953	0,361	Valid
	2	0,8734	0,361	Valid
	3	0,8701	0,361	Valid
	4	0,7837	0,361	Valid
	5	0,8651	0,361	Valid

Tabel 3.
Hasil Uji Validitas *Customer Relationship Management* (X₂)

Variabel	No Item	r Hitung	r tabel (n=30)	Keterangan
<i>Customer Relationship Management</i> (X ₂)	1	0,8392	0,361	Valid
	2	0,9046	0,361	Valid
	3	0,913	0,361	Valid
	4	0,9289	0,361	Valid
	5	0,8522	0,361	Valid

Tabel 4.
Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Z)

Variabel	No Item	r Hitung	r Tabel (n=30)	Keterangan
Loyalitas Konsumen (Z)	1	0,875	0,361	Valid
	2	0,9357	0,361	Valid
	3	0,9057	0,361	Valid

Tabel 5.
Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan (Y)

Variabel	No Item	R Hitung	R Tabel (n=30)	Keterangan
Tingkat Kepuasan (Y)	1	0,8597	0,361	Valid
	2	0,9101	0,361	Valid
	3	0,9147	0,361	Valid
	4	0,8996	0,361	Valid

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan memiliki korelasi yang lebih dari nilai batas (R tabel) dan dinyatakan valid

Tabel 6.
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Management*, Loyalitas Konsumen, dan Tingkat Kepuasan

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Variabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,6	0,915	Reliabel
<i>Customer Relationship Management</i> (X ₂)	0,6	0,932	Reliabel
Loyalitas Konsumen (Z)	0,6	0,889	Reliabel
Tingkat Kepuasan (Y)	0,6	0,912	Reliabel

Berdasarkan uji reliabilitas diatas, dapat dilihat pada tabel Cronbach's Alpha pada masing-masing

variabel menunjukkan nilai lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan *reliabel*

4.2 Teknik Analisis Data

Tabel 8.
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Management*, Loyalitas Konsumen, dan Tingkat Kepuasan

No	Dimensi	Persentase Skor Total
1	Kualitas Pelayanan	61,8%
2	<i>Customer Relationship Management</i>	61,2%
3	Loyalitas Konsumen	60,5%
4	Tingkat Kepuasan	59,6%

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas menunjukkan bahwa di setiap variabel nilai yang diperoleh variabel termasuk dalam kategori Cukup Baik

4.3 Nilai *R-Square*

Nilai *R square* adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Semakin tinggi nilai *R-Square* berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Tabel 9.
Nilai *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>
Loyalitas Konsumen	0,515
Tingkat Kepuasan	0,581

Sumber: SmartPLS 3

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa perolehan nilai *R-Square* pada variabel Loyalitas Konsumen 0,515 dan 0,581 untuk variabel Tingkat Kepuasan. Pada variabel Tingkat Kepuasan dihasilkan nilai *R-Square* sebesar 0,581. Artinya variabel Tingkat Kepuasan mampu dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan *Customer Relationship Management* sebesar 58,1% dan sisanya 41,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Nilai *R-Square* untuk variabel Loyalitas Konsumen sebesar 0,515 atau 51,5% yang menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Management* dan Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 51,5% dan sisanya 48,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas bahwa menggunakan uji normalitas menunjukkan nilai signifikan lebih besar dari alpha ($0,200 > 0,05$). Maka dari itu disimpulkan seluruh variabel berdistribusi normal

4.4 Uji Hipotesis

Tabel 10.
Uji Hipotesis

No	Hubungan	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Kesimpulan
1	Kualitas Pelayanan -> Tingkat Kepuasan	0,448	0,105	4,245	0,000	Hipotesis diterima
2	<i>Customer Relationship Management</i> -> Tingkat Kepuasan	0,437	0,097	4,483	0,000	Hipotesis diterima
3	Tingkat Kepuasan -> Loyalitas Konsumen	0,424	0,140	3,035	0,003	Hipotesis diterima
4	Kualitas Pelayanan -> Loyalitas Konsumen	0,241	0,116	2,086	0,038	Hipotesis diterima
5	<i>Customer Relationship Management</i> -> Loyalitas Konsumen	0,152	0,109	1,388	0,166	Hipotesis ditolak
6	Kualitas Pelayanan -> Tingkat Kepuasan -> Loyalitas Konsumen					Hipotesis diterima
	Indirect Effect	0,190	0,072	2,625	0,009	
7	Total Effect	0,431	0,119	3,608	0,000	Hipotesis diterima
	Customer Relationship Management -> Tingkat Kepuasan -> Loyalitas Konsumen					
	Indirect Effect	0,185	0,075	2,465	0,014	
	Total Effect	0,337	0,102	3,304	0,001	

Sumber :SmartPLS,2019

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan

Pada tabel diatas diketahui variabel Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,448. Koefisien jalur tersebut bertanda positif yang menunjukkan jika Kualitas Pelayanan meningkat maka Tingkat Kepuasan konsumen juga akan mengalami peningkatan. Kemudian dilihat dari nilai t statistik diperoleh hasil sebesar $4,245 >$ nilai t tabel sebesar 1,96 dan p value sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian H1 diterima dan H0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan pada BPJS Kesehatan.

2. Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Tingkat Kepuasan

Pada tabel diatas diketahui variabel *Customer Relationship Management* terhadap Tingkat Kepuasan memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,437. Koefisien jalur tersebut bertanda positif yang menunjukkan jika *Customer Relationship Management* meningkat maka Tingkat Kepuasan konsumen juga akan mengalami peningkatan. Kemudian dilihat dari nilai t statistik diperoleh hasil sebesar $4,483 >$ nilai t tabel sebesar 1,96 dan p value sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian H2 diterima dan H0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Customer Relationship Management* terhadap Tingkat Kepuasan pada BPJS Kesehatan.

3. Pengaruh Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen

Pada tabel diatas diketahui variabel Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,424. Koefisien jalur tersebut bertanda positif yang menunjukkan jika Tingkat Kepuasan meningkat maka Loyalitas Konsumen juga akan mengalami peningkatan. Kemudian dilihat dari nilai t statistik diperoleh hasil sebesar $3,035 >$ nilai t tabel sebesar 1,96 dan p value sebesar $0,003 < 0,05$, dengan demikian H3 diterima dan H0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen pada BPJS Kesehatan.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Pada tabel diatas diketahui variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,241. Koefisien jalur tersebut bertanda positif yang menunjukkan jika Kualitas Pelayanan meningkat maka Loyalitas Konsumen juga akan mengalami peningkatan. Kemudian dilihat dari nilai t statistik diperoleh hasil sebesar $2,086 >$ nilai t tabel sebesar 1,96 dan p value sebesar $0,038 < 0,05$, dengan demikian H4 diterima dan H0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada BPJS Kesehatan.

5. Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Konsumen

Pada tabel diatas diketahui variabel *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Konsumen memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,152. Koefisien jalur tersebut bertanda positif yang menunjukkan jika *Customer Relationship Management* meningkat maka Loyalitas Konsumen juga akan mengalami peningkatan. Kemudian dilihat dari nilai t statistik diperoleh hasil sebesar $1,388 <$ nilai t tabel sebesar 1,96 dan p value sebesar $0,166 > 0,05$, dengan demikian H0 diterima dan H5 ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang tidak signifikan *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Konsumen pada BPJS Kesehatan.

6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Tingkat Kepuasan

Pada tabel diatas diketahui indirect effect Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Tingkat Kepuasan sebesar 0,190 sehingga diperoleh total effect sebesar 0,431 dengan nilai t statistik sebesar $3,608 >$ nilai t tabel sebesar 1,96 dan p- value sebesar $0,000 < 0,05$, maka H0 ditolak dan H6 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Tingkat Kepuasan pada BPJS Kesehatan. Dilihat dari koefisiennya, perolehan total effect sebesar 0,431 lebih tinggi dibandingkan direct effect sebesar 0,241 maka tingkat kepuasan memiliki kontribusi positif dalam hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Konsumen. Semakin tinggi tingkat kepuasan karena semakin baiknya kualitas pelayanan akan berdampak pada meningkatnya Loyalitas konsumen.

7. Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Konsumen melalui Tingkat Kepuasan

Pada tabel diatas diketahui indirect effect *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Konsumen melalui Tingkat Kepuasan sebesar 0,185 sehingga diperoleh total effect sebesar 0,337 dengan nilai t statistik sebesar $3,304 >$ nilai t tabel sebesar 1,96 dan p- value sebesar $0,001 < 0,05$, maka H0 ditolak dan H7 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Konsumen melalui Tingkat Kepuasan pada BPJS Kesehatan. Dilihat dari koefisiennya, perolehan total effect sebesar 0,337 lebih tinggi dibandingkan direct effect sebesar 0,185 maka tingkat kepuasan memiliki kontribusi positif dalam hubungan *Customer Relationship Management* dengan Loyalitas Konsumen. Semakin tinggi tingkat kepuasan karena semakin baiknya *Customer Relationship Management* akan berdampak pada meningkatnya Loyalitas konsumen.

5. Penutup

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka di peroleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan BPJS Kesehatan

Berdasarkan hasil penilaian responden terhadap kualitas pelayanan BPJS di beberapa fasilitas kesehatan di kota Karawang menunjukkan hasil cukup baik dengan perolehan skor sebesar 61,8%.

2. Customer Relationship Management pada BPJS Kesehatan

Berdasarkan hasil penilaian responden terhadap *Customer Relationship Management* BPJS di beberapa fasilitas kesehatan di kota Karawang menunjukkan hasil cukup baik dengan perolehan skor sebesar 61,2%.

3. Tingkat kepuasan BPJS Kesehatan

Berdasarkan hasil penilaian responden terhadap Loyalitas Konsumen BPJS di beberapa fasilitas kesehatan di kota Karawang menunjukkan hasil cukup baik dengan perolehan skor sebesar 60,5%.

4. Loyalitas BPJS Kesehatan

Berdasarkan hasil penilaian responden terhadap Tingkat Kepuasan BPJS di beberapa fasilitas kesehatan di kota Karawang menunjukkan hasil cukup tinggi dengan perolehan skor sebesar 59,6%.

5. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan pada BPJS Kesehatan sebesar 29,5% dengan perolehan koefisien jalur sebesar 0,448.

6. Pengaruh *customer relationship management* terhadap tingkat kepuasan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *Customer Relationship Management* terhadap Tingkat Kepuasan konsumen pada BPJS Kesehatan sebesar 28,5% dengan perolehan koefisien jalur sebesar 0,437.

7. Pengaruh tingkat kepuasan terhadap loyalitas konsumen

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen pada BPJS Kesehatan sebesar 28,9% dengan perolehan koefisien jalur sebesar 0,424.

8. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Tingkat Kepuasan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Tingkat Kepuasan pada BPJS Kesehatan. Dilihat dari koefisien, perolehan total effect sebesar 0,431 lebih tinggi dibandingkan direct effect sebesar 0,241 maka tingkat kepuasan memiliki kontribusi positif dalam hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Konsumen. Semakin tinggi Tingkat Kepuasan karena semakin baiknya Kualitas Pelayanan akan berdampak pada meningkatnya Loyalitas Konsumen.

9. Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Konsumen melalui Tingkat Kepuasan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Konsumen melalui Tingkat Kepuasan pada BPJS Kesehatan. Dilihat dari koefisiennya, perolehan total effect sebesar 0,337 lebih tinggi dibandingkan direct effect sebesar 0,185 maka Tingkat Kepuasan memiliki kontribusi positif dalam hubungan *Customer Relationship Management* dengan Loyalitas Konsumen. Semakin tinggi Tingkat Kepuasan karena semakin baiknya *Customer Relationship Management* akan berdampak pada meningkatnya Loyalitas Konsumen.

6. Daftar Pustaka

- [1] Armstrong, Kotler 2015. *Marketing an Introducing Hall twelfth edition*, England: Pearson Education, Inc.
- [2] Abdillah, Willy dan Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Struqtural Equation Modeling (SEM)* dalam Penelitian Bisnis. Ed.1. Yogyakarta: AND.
- [3] Antina, Rila Rindi, 2016. Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Peserta BPJS di Puskesmas Pandian Kabupaten Sumenep. E-Jurnal Penelitian Administrasi Publik.
- [4] Bahri, 2016. *Modul Pengantar Kewirausahaan*, Yogyakarta.
- [5] Edy Yulianto, Bony Yosua, Suharyono, 2017. Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan GraPARI Telkomsel di Kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis.
- [6] Ghes, Ali. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan dan Rawat Inap Klinik Nur Medika Indramayu. Repository Universitas Pasundan.
- [7] Ghazali, I. Latan, H. 2012. *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

