Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (2) 2026, Page 38012-38025

Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan (Study Kasus Pada Peserta Bpjs Ketenagakerjaan Kabupaten Belu)

Juan Dwi ivanok Ando[1], Debryana Y.Salean[2], Merlyn Kurniawaty[3], Yonas F.Riwu[4]
[1,2,3,4] Universitas Nusa Cendana Kupang
e-mail: andojuan745@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan Customer Relationship Management (CRM) terhadap kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan di Kabupaten Belu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah peserta BPJS Ketenagakerjaan di Kecamatan Atambua Barat dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh melalui teknik accidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan Customer Relationship Management (CRM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta, baik secara parsial maupun simultan. Kualitas layanan menjadi faktor yang dominan dalam meningkatkan kepuasan peserta karena berkaitan langsung dengan pengalaman layanan yang diterima. Kesimpulannya, peningkatan kualitas produk, kualitas layanan, serta penerapan CRM yang efektif dapat meningkatkan kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan. Oleh karena itu, pihak BPJS diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat hubungan dengan peserta guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas layanan, customer relationship management, kepuasan peserta

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, service quality, and Customer Relationship Management (CRM) on the satisfaction of BPJS Ketenagakerjaan participants in Belu Regency. This study used a quantitative approach with an associative approach. The population in this study were BPJS Ketenagakerjaan participants in West Atambua District, with a sample of 100 respondents obtained through accidental sampling. The results show that product quality, service quality, and Customer Relationship Management (CRM) have a positive and significant effect on participant satisfaction, both partially and simultaneously. Service quality is the dominant factor in increasing participant satisfaction because it is directly related to the service experience received. In conclusion, improving product quality, service quality, and effective CRM implementation can increase BPJS Ketenagakerjaan participant satisfaction. Therefore, BPJS is expected to continue improving service quality and strengthening relationships with participants to increase satisfaction and loyalty.

Keywords: product quality, service quality, customer relationship management, participant satisfaction

© The Author(s). 2026 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Penyelengaraan program jaminan sosial merupakan salah satu tanggung jawab dan kewajiban negara untuk memberikan perlindungan sosial ekonomi kepada masyarakat, sesuai dengan kapasitas keuangan negara dan untuk merumuskan rencana jaminan sosial. Seperti halnya yang terjadi di Indonesia, terlebih khusus di salah satu kabupaten yang berada di Propinsi Nusa Tenggara Timur yaitu Kabupaten Belu. Dimana jaminan sosial yang sejatinya didanai oleh para peserta, masih terbatas pada komunitas

pekerja di sektor formal (Sutedi, 2009). Menurut Suryahadi et al., (2012) cakupan jaminan sosial di Indonesia pada awal perkembangannya memang lebih banyak menjangkau pekerja sektor formal karena sistem iuran dan administrasinya lebih mudah diterapkan pada kelompok pekerja yang memiliki hubungan kerja tetap

Untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat pekerja akan akses perlindungan serta layanan yang komprehensif akan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan sebagaimana yang diamanatkan dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional dan Undang- undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial di Kabupaten Belu terdapat Kantor BPJS Ketenagakerjaan yang membawahi wilayah Kabupaten Belu, Kabupaten Malaka, dan Kabupaten Timor Tengah Utara. Program Jaminan Sosial Tenaga Kerja yang di tawarkan di Kabupaten Belu diantaranya adalah Program Jaminan Hari Tua, Program Jaminan Kematian, dan Program Jaminan Kecelakaan Kerja.

Kualitas Produk (product) BPJS Ketenagakerjaan mencakup beragam program perlindungan yang ditawarkan kepada peserta. Program-program ini harus terus ditinjau dan disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan angkatan kerja yang beragam. Misalnya, layanan untuk pekerja sektor informal mungkin memerlukan pendekatan yang berbeda dibandingkan layanan untuk pekerja sektor formal. Selain itu, kualitas layanan terkait pemrosesan klaim, penyediaan informasi, dan layanan peserta secara keseluruhan akan berdampak signifikan terhadap bagaimana produk ini diterima oleh peserta. Menurut Yunita, (2021) menyatakan bahwa "kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan,kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk".

Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan organisasi atau lembaga. Sehingga organisasi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Koneksi emosional semacam itu memungkinkan perusahaan untuk secara lebih spesifik memahami harapan dan aspirasi peserta. Dampaknya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelangan yang mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang bernilai dan menyenangkan serta menghidari atau meminimalisasi pengalaman yang kurang berkesan ataupun kurang.

Selain kualitas produk dan kualitas layanan, kepuasan nasabah dapat pula diwujudkan oleh customer relationship management. Menurut Asraini, (2019) *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan salah satu pendekatan bisnis yang berbasis pengelolaan hubungan atau relasi denga pelanggan. CRM lebih memfokuskan pada apa yang dinilai pelanggan bukan kepada produk yang ingin dijual oleh perusahaan. Hal ini perlu diperhatikan karena dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen karena melalui penerapan CRM, perusahaan diharapkan dapat membangun komunikasi dan

hubungan yang baik dengan para konsumennya sehingga dalam menghasilkan suatu produk perusahaan tidak hanya menjual dan memasarkan suatu produk dengan kualitas yang baik atau harga yang bersaing tetapi juga dapat menjawab keinginan dan kebutuhan konsumen.

Dalam konteks BPJS Ketenagakerjaan, penerapan Customer Relationship Management (CRM) masih menjadi hal yang perlu diperhatikan karena hubungan antara instansi dengan peserta tidak hanya terbatas pada pelayanan administrasi, tetapi juga mencakup komunikasi, pemberian informasi, serta penanganan keluhan peserta. Kurangnya komunikasi yang berkelanjutan, minimnya perhatian terhadap kebutuhan peserta, serta respons yang belum optimal terhadap keluhan peserta dapat memengaruhi hubungan antara peserta dengan BPJS Ketenagakerjaan.

Kepuasan nasabah menurut Herlambang, (2014) adalah membandingkan kinerja atau hasil akhir dengan yang diharapkan oleh konsumen, itu adalah tingkat perasaan seseorang. Oleh karena itu, kepuasan adalah hasil dari perbedaan antara kinerja yang diperoleh dengan harapan seseorang. Kepuasan pelanggan membantu mencapai banyak aspek penting, termasuk penciptaan loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, menurunnya elastisitas harga, menurunnya biaya operasional atau transaksi di masa mendatang yang pada gilirannya akan meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan Customer Relationship Management (CRM) memiliki pengaruh terhadap kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan. Penelitian yang dilakukan oleh Bahari & Basalamah, (2019) menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan CRM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan. Penelitian lain oleh Deuneuv, (2020) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan dan CRM memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan BPJS Ketenagakerjaan. Selain itu, penelitian Ines Pradila Putri dkk. (2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Kediri. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan CRM merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan peserta pada lembaga penyelenggara jaminan sosial ketenagakerjaan.

Meskipun demikian, penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan Customer Relationship Management terhadap kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan di Kabupaten Belu masih sangat terbatas. Kebaruan (novelty) dalam penelitian ini terletak pada objek penelitian yang difokuskan pada peserta BPJS Ketenagakerjaan Kabupaten Belu sebagai wilayah perbatasan dengan karakteristik peserta yang didominasi pekerja formal maupun informal. Selain itu, penelitian ini menggabungkan tiga variabel yaitu kualitas produk, kualitas layanan, dan CRM secara simultan untuk melihat pengaruhnya terhadap kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan deskriptif

kuantitatif dan verifikatif sehingga diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai kondisi pelayanan BPJS Ketenagakerjaan di Kabupaten Belu.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena kepuasan peserta menjadi salah satu indikator keberhasilan pelayanan BPJS Ketenagakerjaan dalam memberikan perlindungan sosial kepada masyarakat pekerja. Rendahnya kepuasan peserta dapat memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap program BPJS Ketenagakerjaan. Selain itu, masih ditemukan berbagai permasalahan seperti lambatnya proses pelayanan, kurang optimalnya komunikasi dengan peserta, serta belum maksimalnya penerapan CRM dalam membangun hubungan dengan peserta. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi BPJS Ketenagakerjaan Kabupaten Belu dalam meningkatkan kualitas produk, kualitas layanan, serta pengelolaan hubungan dengan peserta guna menciptakan kepuasan peserta yang lebih baik.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Peserta (Studi Kasus Pada Peserta BPJS Ketenagakerjaan Kabupaten Belu)"

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitan Kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2020) pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian *asosiatif* atau hubungan,Dengan menggunakan kuisoner untuk menganalisis kualitas produk,kualitas pelayanan dan Costumer relationship management terhadap kepuasan(studi kasus peserta BPJS ketenagakerjaan belu)Berdasarkan Defenisi oprasional variabel dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan peserta merupakan tingkat perasaan peserta yang muncul setelah membandingkan kinerja layanan dan manfaat program yang diterima dengan harapannya. Kualitas produk diartikan sebagai penilaian peserta terhadap fitur dan karakteristik program jaminan sosial BPJS Ketenagakerjaan. Kualitas layanan merupakan penilaian terhadap kemampuan BPJS dalam memberikan layanan yang andal, responsif, dan berempati. Sementara itu, customer relationship management (CRM) mengacu pada upaya membangun hubungan jangka panjang dengan peserta melalui komunikasi, kepercayaan, dan komitmen. Seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert. Populasi dalam penelitian ini adalah peserta bpjs ketenagakerjaan di kecamatan atambua barat kota atambua kabupaten belu yang diambil secara *Random* dengan menargetkan 100 peserta.Penelitian ini menggunakan rumus Stanley Lemeshow Sebagai mana tertera di bawah ini (Lemeshow et al., 1997)

Nilai Z = 1,96 berdasarkan tingkat kepercayaan 95%, dan nilai proporsi (p)= 0,5.

$$n = Z^2.p.q \ / \ d^2$$

$n = (1{,}96)^2 \cdot 0{,}5 \cdot 0{,}5 / (0{,}1)^2$

$n = 3{,}8416 \cdot 0{,}25 / 0{,}01$

$n = 0{,}9604 / 0{,}01$

$n = 96{,}04$

$n = 100$

Dengan menggunakan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling dengan kriteria peserta BPJS Ketenagakerjaan yang aktif dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert dan data sekunder yang berasal dari buku, jurnal, serta sumber ilmiah lainnya. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi kualitas produk (X_1), kualitas layanan (X_2), dan customer relationship management (CRM) (X_3), sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan peserta (Y). Analisis data dilakukan dengan SPSS melalui uji validitas untuk mengukur kevalidan instrumen, uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi instrumen, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel independen, yang ditunjukkan oleh nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10. Sementara itu, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak terdapat pola tertentu pada penyebaran titik-titik pada grafik scatterplot, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi klasik dan layak untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta dilengkapi dengan uji hipotesis melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing variabel independen, sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	sign	keterangan
kepuasan peserta (Y)	Y1	0,216	0,197	0,031	valid
	Y2	0,695	0,197	0,000	valid
	Y3	0,751	0,197	0.000	valid
	Y4	0,719	0,197	0,000	valid
	Y5	0,806	0,197	0,000	valid
kualitas Produk (X1)	X1.1	0,859	0,197	0,000	valid
	X1.2	0,815	0,195	0,000	valid
	X1.3	0,848	0,197	0,000	valid
	X1.4	0,808	0,197	0,000	valid
	X1.5	0,804	0,197	0,000	valid
kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,711	0,197	0,000	valid
	X2.2	0,633	0,197	0,000	valid
	X2.3	0,556	0,197	0,000	valid
	X2.4	0,23	0,197	0,021	valid
	X2.5	0,573	0,197	0,000	valid
	X2.6	0,632	0,197	0,000	valid
	X2.7	0,621	0,197	0,000	valid
	X2.8	0,655	0,197	0,000	valid
CRM (X3)	X3.1	0,783	0,197	0,000	valid
	X3.2	0,783	0,197	0,000	valid
	X3.3	0,700	0,197	0,000	valid
	X2.4	0,560	0,197	0,000	valid
	X3.5	0,803	0,197	0,000	valid
	X3.6	0,872	0,197	0,000	valid
	X3.7	0,809	0,197	0,000	valid
	X3.8	0,808	0,197	0,000	valid

Berdasarkan tabel tersebut, diperolah bahwa semua item pernyataan Kualitas Produk(X1), Kualitas pelayanan(X2), CRM (X3) dan Kepuasan (Y) adalah valid yang ditunjukan dengan r hitung lebih besar dari r table (r hitung > r tabel).

Uji Realibitas

Tabel 2 Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	keterangan
Kepuasan (Y)	0,675	5	Reliabel
Kualitas Produk (X1)	0,884	5	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	0,731	8	Reliabel
CRM (X3)	0,912	8	Reliabel

Data diolah dengan ssps (2026)

Berdasarkan hasil uji reliable diatas, maka dapat disimpulkan semua variabel memiliki nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60 sehingga semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliable.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.36612968
Most Extreme Differences	Absolute		.057
	Positive		.057
	Negative		-.052
Test Statistic			.057
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.590
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.577
		Upper Bound	.602

Data diolah dengan SSPS (2026)

nilai signifikan yang diperoleh pada tabel diatas adalah 0,590 dimana nilai tersebut diperoleh menggunakan *significance monte carlo* dan nilai yang diperoleh lebih besar dari signifikan 0,05 yang artinya data yang diperoleh normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4

Uji Multikolinearitas

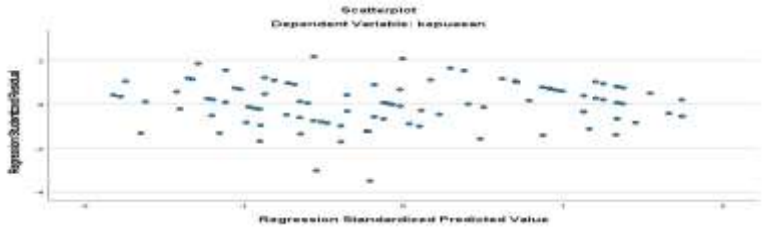
Coefficients[a]			
Model		collinearity statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas produk	.987	1.013
2	kualitas layanan	.587	1.703
3	CRM	.591	1.692

Data diolah dengan SSPS (2026)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai TOL dan VIF untuk setiap variabel adalah lebih besar dari 0,10 dan lebih kecil dari 10,0 maka bisa dipastikan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas



Data diolah dengan SSPS (2026)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diasar terlihat jelas bahwa titik – titik pada tersebar secara merata diatas angka nol (0) dan dibawah angka nol (0) serta tersebar disamping kiri dan kanan angka nol (0). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Statistik Inferensial

1. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,528	2,188		2,069	0,041
	kualitas produk	-0,167	0,074	-0,128	-2,240	0,027
	kualitas layanan	0,428	0,054	0,581	7,861	0,000
	Crm	0,176	0,039	0,328	4,454	0,000

Data diolah dengan SSPS (2026)

Konstanta (4,528) Jika semua variabel independen (X_1, X_2, X_3) bernilai 0, maka nilai Y diprediksi sebesar 4,528. Koefisien kualitas produk (–0,167) Setiap kenaikan 1 unit kualitas produk justru menurunkan Y sebesar 0,167. Koefisien kualitas layanan (0,428) Setiap kenaikan 1 unit kualitas layanan akan meningkatkan Y sebesar 0,428 Koefisien CRM (0,176) Setiap kenaikan 1 unit CRM akan meningkatkan Y sebesar 0,176.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Tabel 7 Hasil Uji t

Coefficients[a]					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	4,528	2,188		2,069	0,041
	kualitas produk	-0,167	0,074	-0,128	-2,240	0,027
	kualitas layanan	0,428	0,054	0,581	7,861	0,000
	Crm	0,176	0,039	0,328	4,454	0,000

Data diolah dengan SSPS (2026)

a. Karena t_{hitung} (-2,240) < t_{tabel} (0,197) dan nilai signifikan 0,027< 0.05, maka H0 ditolak Ha diterima tetapi nilai koefisiennya negatif sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel Kepuasan peserta (Y) BPJS Ketenagakerjaan Kabupaten Belu.
b. Karena t_{hitung} (7,861) > t_{tabel} (0,197) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, maka H0 ditolak Ha diterima sehingga dapat disimpulkan variabel Kualitas Layanan (X2) berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Peserta (Y) BPJS Ketenagakerjaan Kabupaten Belu
c. Karena t_{hitung} (4,454) > t_{tabel} (0,197) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, maka H0 ditolak Ha diterima sehingga dapat disimpulkan variabel CRM (X3) berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Peserta (Y) BPJS Ketenagakerjaan Kabupaten Belu

2. Uji F (Uji Simultan)

Tabel 8 Hasil Uji F

ANOVA[a]					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	415,985	3	138,662	72,046	.000[b]
Residual	184,765	96	1,925		
Total	600,750	99			

Data diolah dengan SSPS (2026)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, model regresi yang digunakan terbukti signifikan, sehingga variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Determinan

Tabel 9 Hasil Uji Determinan

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.832[a]	0,692	0,683	1,387	

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

Bersadarkan tabel diatas terlihat jelas bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,683. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan sebesar 68,3%.

Pengaruh Kualitas Produk TerhadapKepuasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan Kabupaten Belu. Hal ini menandakan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan dalam hal ini program jaminan sosial ketenagakerjaan seperti Jaminan Hari Tua (JHT), Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Kematian (JKM), dan Jaminan Pensiun (JP) maka semakin besar pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh peserta. Temuan ini sejalan dengan konsep yang dikemukan oleh (Kotler & Keller, 2016) yang menatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan sesuai harapannya. Dimana, apabila produk yang diterima sesuai harapan maka pelanggan tersebut akan merasa puas. Temuan ini juga sejalan dengan hasil temuan terdahulu yang dilakukan oleh (Bahari & Basalamah, 2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan kepuasan peserta

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta. Artinya, semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pegawai BPJS Ketenagakerjaan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan peserta. Dimensi layanan yang berperan meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, serta bukti fisik. Temuan ini sesuai dengan teori kepuasan pelanggan jasa yang dikemukakan oleh Lovelock et al., (2011) yang menjelaskan bahwa pengalaman layanan yang melebihi harapan akan menimbulkan kepuasan emosional yang lebih tinggi. Indrasari (2019) juga menekankan bahwa kualitas pelayanan mencakup ketepatan, aksesibilitas, dan sikap pegawai yang secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan.

Pengaruh CRM terhadap Kepuasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik BPJS Ketenagakerjaan dalam membangun komunikasi, menjaga kepercayaan, serta memahami kebutuhan peserta, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Menurut Asraini, (2019), CRM berfokus pada pengelolaan hubungan pelanggan dengan menekankan apa yang dianggap penting oleh pelanggan, bukan hanya produk yang ditawarkan. Lubis et al. (2020) menambahkan bahwa CRM merupakan strategi yang berbasis data untuk membangun loyalitas dan meningkatkan kepuasan jangka panjang. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Deuneuv (2020) yang menemukan CRM berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan BPJS Ketenagakerjaan.

Dengan demikian, *Customer Relationship Management* (CRM) memiliki peranan penting dalam meningkatkan kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan Kabupaten Belu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Customerrelationship Mangement (CRM) terhadap Kepuasan maka peneliti menarik kesimpulan bahwa:

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap tingkat kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan di Kabupaten Belu. Semakin baik mutu produk dan program yang ditawarkan, semakin tinggi pula kepuasan peserta.
2. Kualitas layanan memiliki peranan penting dalam menentukan kepuasan peserta. Layanan yang cepat, tepat, ramah, dan responsif akan meningkatkan rasa puas dan kepercayaan peserta terhadap BPJS Ketenagakerjaan.
3. Customer Relationship Management (CRM) berpengaruh terhadap kepuasan peserta karena pengelolaan hubungan yang baik, komunikasi efektif, serta perhatian terhadap kebutuhan peserta dapat menumbuhkan loyalitas dan rasa percaya.
4. Secara simultan, kualitas produk, kualitas layanan, dan CRM bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan di Kabupaten Belu. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan peserta hanya dapat tercapai apabila ketiga faktor tersebut dioptimalkan secara bersamaan.

Saran:

Berdasarkan analisis dan kesimpulan hasil penelitian, maka peneliti memberi beberapa saran, diantarannya adalah:

1. Bagi Akademisi/Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian dapat diperluas dengan menambahkan variabel lain seperti harga iuran, literasi peserta, atau faktor emosional untuk melihat pengaruh yang lebih komprehensif terhadap kepuasan, dan disarankan menggunakan pendekatan metode campuran (mixed method) agar hasil penelitian lebih mendalam.

2. Bagi Masyarakat/Peserta BPJS Ketenagakerjaan

Diharapkan lebih aktif mencari informasi, memberikan umpan balik, dan berpartisipasi dalam program yang ada agar manfaat layanan dapat dirasakan secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Anggara, I. B. A. P. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Peserta Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan Kantor Cabang Bali I Denpasar. Ekonomi, 2, 1–21.

Arinawati. (2021). Manajemen Pemasaran Produk. Prenadamedia Group.

Asraini. (2019). Customer Relationship Management: Strategi Membangun Hubungan Dengan Pelanggan. CV. Nur Lina.

Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, 1(1), 1–14.

Bahari, A. F., & Basalamah, J. (2019). Jaminan Sosial Tenaga dan Perlindungan Hukum Pekerja. CV. Social Politic Genius.

Deuneuv, G. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan dan Customer Relationship Management terhadap Kepuasan Pelanggan di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Bogor Kota. Universitas Pekan Baru.

Garvin, D. A. (1987). Competing on the eight Dimensions of Quality. Harvard Business Review, 65(6), 101–109.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gronroos, C. (1994). From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing. Management Decision, 32(2), 4–20.

Gunawan, A. (2022). Strategi Pemasaran Berbasis Kepuasan Pelanggan. Bumi Aksara.

Harjadi, D. (2021). Manajemen Mutu dan Kualitas Produk. Graha Ilmu.

Harmiyanto, J. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Relationship Management (CMR) Terhadap Kepuasan Pelanggan. Management and Business Review, 1(2), 79–86.

Hasan, A. (2013). Marketing dan Kasus - Kasus Pilihan. CAPS.

Herlambang, T. (2014). Manajemen Kepuasan Pelanggan. Bumi Aksara.

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

Juanamasta, I. G., Wibawa, I. M. C., & Yasa, N. N. K. (2019). customer Relationship Management (CRM) Sebagai Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 5(2), 178–186.

Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. Jurnal Media Wahana Ekonomika, 17(4), 329–339.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran. Erlangga.

Kristina, K. A. H., & Janah, S. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah, 7(1), 489–500.

Lemeshow, S., Hosmer, D. ., Klar, J., & Lwanga, S. . (1997). Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan. Gadjah Mada Univercity Press.

Lena, M. (2021). Manajemen Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. Deepublish.

Lovelock, C. H., Wirts, J., & Mussry, J. (2011). Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi. Erlangga.

Lubis, A. R., Harahap, D. A., & Purba, R. B. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Medan. Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 9(1), 1–10.

Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat.

Meutia, I. (2020). Manajemen Kualitas Produk. Salemba Empat.

Moko, R. (2021). Manajemen PemasaranL Teori dan Praktik. Deepublish.

Nugroho, R. A. (2017). Customer Relationship Management: Teori dan Praktik. Graha Ilmu.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran. Erlangga.

Putri, I. P., Amir, M., & Nurjanah, N. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerja an Cabang Kediri. Jurnal Administrasi Bisnis, 6(1).

Rahardjo, B., & Yulianto, A. R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 5(2), 45–53.

Rivai, V., Sagala, E. J., & Mulyadi. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: Dari Teori ke Praktik. Rajawali Pers.

Saputro, W. W. (2024). Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Harga, Kualitas Produk Dan Layanan. CV. Literasi Nusantara Abadi.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Suryahadi, A., Hadiwidjaja, G., & Sumarto, S. (2012). Economic Growth and Poverty Reduction in Indonesia Before and After the Asian Financial Crisis. Bulletin of Indonesian Economic Studies (BIES), 48(2), 209–227.

Sutedi, A. (2009). Hukum Perburuhan. Sinar Grafika.

Syaputroh, S. B., Handayani, F., Zuluma, F., Yana, M., & Putri, T. A. C. (2024). Analisis Penerapan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Peserta Kantor BPJS Ketenagakerjaa n Cabang Kota Tanjung Pinang. Jurnal Adijaya Multidisplin, 1(6).

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. ANDI.

Tjitono, F., & Diana, A. (2016). Pemasaran Strategik. ANDI.

Umar, H. (2014). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Rajawali Pers.

Widiarjono, A. (2005). Ekonometrika: Teori dan Aplikasi Untuk ekonomi Bisnis. UPP STIM YKPN.

Widodo, J. (2021). Manajemen Pelayanan Publik: Teori dan Aplikasi. Pustaka Pelajar.

Yunita, R. (2021). Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Alfabeta.