

**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PESERTA BPJS KETENAGAKERJAAN PADA KANTOR CABANG
BALARAJA CITRA RAYA**

Disusun Oleh :

Penulis Pertama

FINA ROSALIA

MAHASISWA STIE PUTRA PERDANA INDONESIA

Penulis Pertama

LA ODE MUHAMAD NAFSAHU, S.Pd., S.E., M.M.

NIDN : 0423046301

STIE PUTRA PERDANA INDONESIA

ABSTRAKSI

This study aims to analyze and find out whether facilities and services affect participant satisfaction at BPJS Ketenagakerjaan Balaraja branch in Citra Raya. The sample used by the author in this study was 100 respondents. And the sample uses simple random sampling technique. In this study, data analysis was carried out using SPSS Version 23. While the data testing techniques carried out in this study were validity test, reliability test, normality test, partial correlation analysis, coefficient of determination, multiple regression analysis, and hypothesis testing (t test and test). F), the results of the study using multiple regression analysis, both partially and simultaneously, have the effect of the Facility (X1) and Service (X2) variables on participant satisfaction (Y) at BPJS Ketenagakerjaan at the Balaraja branch in Citra Raya. The statement is obtained based on the value of R^2 (R Square) = 0.652 which means that the contribution of facilities (X1) and services (X2) to participant satisfaction (Y) at BPJS Employment at the Balaraja branch in Citra Raya is 65.2% while the remaining 34.8% is influenced by other factors that are not researched by the author.

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diterima, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan peserta. Karena dengan tingkat fasilitas yang ada juga sangat memudahkan peserta dalam beraktifitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas yang ada. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. “Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan peserta” (Kotler, 2014:58).

Menurut Tjiptono (2016:94) desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi peserta. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara peserta dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata peserta.

Selain fasilitas yang baik, pelayanan juga berperan dalam menjaring kepuasan peserta. Pelayanan merupakan satu-satu isu yang sangat krusial dalam studi manajemen, baik dalam lingkup manajemen sektor public maupun manajemen sektor privat. (Ratminto&Atik Septi Winarsih, 2016).

Pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan. Pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan harapan peserta, sedangkan pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang tidak sesuai dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan oleh peserta.

Menurut Kotler dikutip oleh Tjiptono (2014:354), “Kepuasan Peserta adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya”. Peserta dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan peserta akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan peserta akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka peserta akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Sebagaimana diketahui bahwa tujuan dari suatu perusahaan jasa adalah untuk menciptakan para peserta merasa puas. Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pesertanya menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pendaftar dan terciptanya kesetiaan terhadap menunggu serta membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (Word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2014:105).

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.24 Tahun 2014 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial menyatakan bahwa sistem jaminan sosial nasional merupakan program negara yang bertujuan memberikan kepastian perlindungan dan kesejahteraan sosial bagi seluruh rakyat.

BPJS ketenagakerjaan yang dulunya bernama PT JAMSOSTEK namun pada tanggal 1 Januari 2014 bertransformasi menjadi BPJS Ketenagakerjaan. Badan Penyelenggara Jaminan Sosial yang selanjutnya disingkat BPJS adalah badan hukum yang dibentuk untuk menyelenggarakan program jaminan sosial.

Selama saya meneliti di BPJS Ketenagakerjaan terdapat beberapa complain peserta yang terjadi dalam fasilitas dan pelayanan yang ada, mungkin seperti ketersediaan tempat duduk diruang tunggu peserta, tempat parkirnya yang kurang luas, dan kurangnya pelayanan keramahan yang diberikan kepada peserta, kurang jelas informasi yang diberikan oleh pegawai sehingga membuat tidak nyaman dan puasnya peserta yang menunggu.

Untuk dapat berkembang dan terus maju BPJS Ketenagakerjaan dituntut untuk mampu mewujudkan terselenggaranya pemberian jaminan terpenuhinya kebutuhan dasar hidup yang layak bagi setiap Peserta dan/atau anggota keluarganya.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai fasilitas, pelayanan di BPJS Ketenagakerjaan dengan judul “Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerjaan”.

B. LANDASAN TEORI

1. Pengertian Fasilitas

Menurut Kotler dalam (Apriyadi, 2017) “Fasilitas adalah Segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen”. Jadi fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen”

Selanjutnya Menurut Youti dalam (Mardiyani & Murwatiningsih, 2015) menyatakan bahwa “Fasilitas merupakan segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa, dagang, maupun perusahaan industri”.

a) Dimensi dan Indikator Fasilitas

Menurut Kotler dalam (Apriyadi, 2017) Dimensi Fasilitas meliputi:

- 1) Kondisi fasilitas
- 2) Kelengkapan
- 3) Desain interior
- 4) Desain eksterior

Menurut Arikunto dalam (Apriyadi, 2017) menyatakan bahwa “segala sesuatu hal yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan segala sesuatu usaha”.

Adapun indikator dari fasilitas adalah:

- 1) Ketersedian tempat parkir untuk roda 2 atau 4
- 2) Ketersedian tempat duduk diruang tunggu
- 3) Ketersedian toilet gratis
- 4) Ketersedian mushola atau tempat ibadah

Ketersedian fasilitas penunjang seperti charger handphone gratis, tangga naik atau turun.

2. Pelayanan

Pengertian pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Pelayanan menurut Kasmir (2017: 47) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Sedangkan menurut Rusydi (2017: 39) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya. Lewis dan Booms dalam (Tjiptono 2017: 142) mengemukakan kualitas layanan bila diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan.

a) Dimensi dan Indikator Pelayanan

Fandy Tjiptono (2016: 137) menjelaskan bahwa ada lima dimensi pelayanan yang dapat dipakai untuk mengukur kualitas layanan seperti berikut ini:

1) Reliabilitas (reliability) adalah kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada tamu. Indikator dari reliabilitas yaitu:

- a. Kecekatan petugas dalam hal melayani pelanggan
- b. Memiliki standar pelayanan yang jelas

2) Responsif (responsiveness) yaitu kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan pelayanan yang tepat waktu. Indikator dari responsif yaitu:

- a. Perusahaan melakukan pelayanan dengan cepat
- b. Semua keluhan pelanggan direspon oleh perusahaan

3) Kepastian atau jaminan (assurance) adalah pengetahuan dan kesopanan santunan serta kepercayaan diri para pegawai. Dimensi assurance memiliki ciri-ciri: kompetensi untuk memberikan pelayanan, sopan dan memiliki sifat respek terhadap tamu. Indikator dari kepastian atau jaminan yaitu:

- a. Perusahaan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
- b. Perusahaan memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan

4) Empati (empathy) memberikan perhatian individu tamu secara khusus. Dimensi empathy ini memiliki ciri-ciri: kemauan untuk melakukan pendekatan,

memberikan perlindungan dan usaha untuk mengerti keinginan, kebutuhan dan perasaan tamu. Indikator dari empati yaitu:

- a. Mendahulukan kepentingan pelanggan
- b. Perusahaan melayani dengan tidak deskriminatif (membeda-bedakan).

5) Nyata (tangibles) yaitu sesuatu yang Nampak atau yang nyata, yaitu: penampilan para pegawai, dan fasilitas-fasilitas fisik lainnya seperti peralatan dan perlengkapan yang menunjang pelaksanaan pelayanan. Service quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Service quality dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Indikator dari nyata yaitu:

- a. Kemudahan dalam proses pelayanan
- b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan.

3. Kepuasan

Kepuasan konsumen merupakan faktor penting khususnya untuk perusahaan jasa. Karena bagi perusahaan dalam memberikan pelayanannya pada konsumen. Untuk mencapai kepuasan konsumen perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang optimal sesuai dengan harapan konsumen. Konsumen yang terpuaskan akan menjadi konsumen perusahaan dan akan memberikan dampak positif bagi kelangsungan perusahaan itu.

Menurut Kotler & Keller dalam Setiawan (2016: 3) “Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka”.

Menurut Zulian Yamit (2018: 78) “kepuasan pelanggan adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Maka kelangsungan usaha pun akan terjaga.

Menurut Kotler & Keller (2012) dikutip oleh Tjiptono (2016: 43) mengatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah

konsumen menggunakan produk di mana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Menurut Engel yang dikutip oleh Mhd Rusydi (2017: 26) “mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya, memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan”.

Berdasarkan beberapa definisi di atas peneliti sampai pada pemahaman bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan atas pengalaman yang diterima dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan harapan keinginan dan kebutuhan dapat dipenuhi.

a) Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler and Keller (2013: 140) “mempertahankan pelanggan merupakan hal penting dari pada mengikat pelanggan”. Oleh karena itu, terdapat 5 dimensi untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut :

- a. Membeli lagi
- b. Menyatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya.
- c. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.
- d. Memberikan produk lain dari perusahaan yang sama.
- e. Menawarkan ide-ide produk atau jasa kepada perusahaan.

b) Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Rambat Lupioadi (2014: 230) “indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

Kualitas produk / jasa, konsumen akan merasakan puas bila hasil mereka menunjukan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- a. Kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- b. Kualitas emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk degaan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

- c. Harga, produk mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi Kepada konsumen.
- d. Biaya/kemudahan, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk dan jasa tersebut.

4. Hipotesis

Adapun yang menjadi Hipotesis pada penelitian in:

Hipotesis Pertama :

H₀ : Diduga tidak terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerjaan di Citra Raya.

H_a : Diduga terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan di Citra Raya.

Hipotesis Kedua :

H₀ : Diduga tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan peserta pada BPJS Ketenagakerjaan di Citra Raya.

H_a : Diduga terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan peserta pada BPJS Ketenagakerjaan di Citra Raya.

Hipotesis Ketiga :

H₀ : Diduga tidak terdapat pengaruh fasilitas dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan peserta pada BPJS Ketenagakerjaan di Citra Raya..

H_a : Diduga terdapat pengaruh fasilitas dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan peserta pada BPJS Ketenagakerjaan di Citra Raya.

C. METODELOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

- 1) Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka . penelitian kuantitatif jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).
- 2) Penelitian diskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.
- 3) Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan diskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, dan mengontrol suatu gejala.

2. Jenis dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data terdiri dari dua macam, yaitu data primer dan data sekunder. Berikut adalah penjelasan:

a) Data kualitatif

Pengertian data kualitatif menurut Sugiyono (2017: 6) “data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar, dan foto.

b) Data kuantitatif

Pengertian data kuantitatif menurut Sugiyono (2017: 6) “data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangktan/scoring”.

2) Sumber Data

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017: 187),” sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017: 187) , “data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data “.

3. Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2016:173) menjelaskan bahwa populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi dapat dibedakan menjadi 2 antara lain:

Populasi tak terhingga, yaitu suatu populasi dimana obyeknya tak terhingga atau tidak terhitung jumlahnya.

Populasi terhingga, yaitu suatu populasi yang terhingga obyeknya atau dapat dihitung jumlahnya.

Pada penelitian ini penulis menggunakan populasi tidak terhingga, karena jumlah populasi tidak diketahui. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pekerja yang menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan pada kantor cabang Balaraja di Citra Raya yang jumlahnya tak terhingga.

Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Suharsimi Arikunto, 2016:174). Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel. Yang dimaksud dengan menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel..

4. Metode Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan

data dan fakta penelitian.

- **Angket (Kuesioner)**

Menurut Sugiyono (2018) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Jenis angket (kuesioner) yang digunakan bersifat terbuka, yang disajikan dalam bentuk pertanyaan - pertanyaan, sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan memberikan tanda centang pada setiap pertanyaan.

Butir-butir pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner diberikan bobot dengan pengukuran menggunakan skala likert. Pernyataan yang diberikan disediakan lima alternatif jawaban yaitu: Sangat setuju poin 5, Setuju poin 4, Kurang setuju poin 3, Tidak setuju poin 2, Sangat tidak setuju poin 1.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1) Hasil Uji Validitas Fasilitas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 23,2022

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dijelaskan bahwa setiap pernyataan variabel fasilitas (X1) dari pernyataan fasilitas 1 sampai dengan 10 memiliki nilai yang valid, karena setiap pernyataan memiliki nilai diatas 0,2 yang dapat dilihat pada kolom corrected item-total-correlation.

b. Uji validitas Pelayanan

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dijelaskan bahwa setiap pernyataan variabel pelayanan (X2) dari pernyataan pelayanan 1 sampai dengan 10 memiliki nilai yang valid, karena setiap pernyataan memiliki nilai diatas 0,2 yang dapat dilihat pada kolom corrected item-total-correlation.

c. Validitas kepuasan peserta

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat dijelaskan bahwa setiap pernyataan variabel krpuasan peserta (Y) dari pernyataan kepuasan peserta 1 sampai dengan 10 memiliki nilai yang valid, karena setiap pernyataan memiliki nilai diatas 0,2 yang dapat dilihat pada kolom corrected item-total-correlation.

2) Uji Reliabilitas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 23,2022

a. Uji reliabilitas fasilitas

Berdasarkan hasil olah data SPSS sebagaimana terlihat pada tabel 4.9 di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel Fasilitas(X1), adalah reliabel, karena memiliki nilai alpha. 0,906 lebih besar dari Croanbach's Alpha > 0,60.

b. Uji reliabilitas pelayanan

Berdasarkan hasil olah data SPSS sebagaimana terlihat pada tabel 4.10 di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel Pelayanan(X2), adalah reliabel, karena memiliki nilai alpha. 0,952 lebih besar dari Croanbach's Alpha > 0,60.

c. uji reliabilitas kepuasan peserta

Berdasarkan hasil olah data SPSS sebagaimana terlihat pada tabel 4.11 di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel Kepuasan Peserta(Y), adalah reliabel, karena memiliki nilai alpha. 0,953 lebih besar dari Croanbach's Alpha > 0,60.

3) Uji Regresi Berganda

Berdasarkan hasil olah data SPSS sebagaimana terlihat pada tabel 4.46 di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$Y = 9.593 + 0,110X1 + 0,673X2$$

Dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Nilai konstanta sebesar 9.593 menyatakan bahwa jika variabel fasilitas (X1), dan pelayanan (X2) konstan, maka variabel kepuasan peserta (Y) nilai sebesar 9.593

b. Nilai koefisien regresi variabel fasilitas (X1) terhadap kepuasan peserta (Y) adalah sebesar 0,110. Hal ini jika variabel fasilitas (X1) naik 1 nilai atau angka akan meningkatkan variabel kepuasan peserta (Y) sebesar 0,110, dengan asumsi nilai variabel fasilitas (X1), dan pelayanan (X2) dianggap konstan.

c. Nilai koefisien regresi variabel pelayanan (X2) terhadap variabel kepuasan peserta (Y) adalah sebesar 0,673. Hal ini berarti jika variabel pelayanan (X2) naik 1 nilai atau angka akan meningkatkan variabel kepuasan peserta (Y) sebesar

0,673 dengan asumsi nilai variabel pelayanan (X2), fasilitas dianggap konstan.

4) Uji t (parsial)

Pada bagian ini dikemukakan nilai koefisien a dan b serta constant t hitung juga tingkat signifikansi. Dari tabel diatas didapat t persamaan perhitungan :

$$Y = 9.593 + 0,110 X1$$

Dimana :

Y = Kepuasan Peserta

X1 = Fasilitas

Constant 9,593 merupakan konstant (a) yang menunjukkan bahwa jika tidak ada kenaikan fasilitas, maka kepuasan peserta akan mencapai 9,593. Sedangkan constanta 0,110X1 merupakan koefesien regresi yang menunjukkan bahwa setiap ada penambahan 1 angka untuk fasilitas, maka kenaikan kepuasan peserta 0,110.

$$Y = 9,593 + 0,673X2$$

Dimana :

Y = Kepuasan Peserta

X2 = Pelayanan

Constant 9,593 merupakan konstant (a) yang menunjukkan bahwa jika tidak ada kenaikan pelayanan, maka kepuasan peserta akan mencapai 9.593. Sedangkan constanta 0,673X2 merupakan koefesien regresi yang menunjukkan bahwa setiap ada penambahan 1 angka untuk pelayanan, maka kenaikan kepuasan peserta 0,673.

Angka 0,112 pada angka standardlized coefficients (beta) menunjukkan tingkat pengaruh antara fasilitas dengan kepuasan peserta.

Angka 0,734 pada angka standardlized coefficients (beta) menunjukkan tingkat pengaruh antara pelayanan dengan kepuasan peserta.

Nilai t merupakan nilai yang berguna untuk pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan peserta benar-benar signifikan atau tidak.

Kesimpulan :

- $t = 1.473$ dan $\text{sig } (p) = 0,007$. Dimana $p < 0,01$. Ho: ditolak dan Ha:

diterima. Jadi, terdapat pengaruh fasilitas signifikan dari fasilitas dengan kepuasan peserta.

- $t = 9.644$ dan $\text{sig}(p) = 0,000$. Dimana $p < 0,01$. H_0 : ditolak dan H_a : diterima. Jadi, terdapat pengaruh signifikan dari pelayanan dengan kepuasan peserta.

5) Uji F (Simultan)

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau F pada tabel 4.48 di atas, nilai F_{hitung} sebesar 90.818 dimana lebih besar dari $F_{tabel}(100)$ yaitu sebesar 3,089 dengan nilai signifikan 0,000 karena $0,000 < 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas (X1) dan pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan peserta (Y).

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan sebagaimana tergambar pada BAB IV, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 1,473 < 1,660$ dengan nilai signifikan $0.007 < 0.05$. Hal ini membuktikan bahwa variabel fasilitas (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan peserta (Y). Sehingga dapat dinyatakan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. Adapun nilai pengaruhnya dapat dilihat pada Standardized Coefficients Beta = 0.112 atau sama dengan 11,2%.
2. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 9,644 > 1,660$ dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Hal ini membuktikan bahwa variabel pelayanan (X2) berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel kepuasan peserta (Y). Sehingga dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Adapun nilai pengaruhnya dapat dilihat pada Standardized Coefficients Beta = 0.734 atau sama dengan 73,4%.
3. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 90.818 > 3,089$ dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Hal ini membuktikan bahwa variabel fasilitas (X1) dan variabel pelayanan (X2) secara bersama (simultan) berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel

kepuasan peserta (Y). Sehingga dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Adapun nilai pengaruhnya dapat dilihat pada nilai Adjusted R Square pada model summary = 0.645 atau setara dengan 64,5% sedangkan sisanya 35,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan sebagaimana tergambar di atas, dapat disampaikan saran-saran kepada BPJS Ketenagakerjaan sebagai berikut:

1. Walaupun fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan peserta, tetapi faktor-faktor lainnya harus tetap diperhatikan dan dipertahankan agar tingkat kepuasan peserta terpenuhi dengan baik di BPJS Ketenagakerjaan Citra Raya.
2. Menjaga pelayanan, karena memiliki nilai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan peserta, yang pada akhirnya menjadikan peserta puas atas pelayanan yang diberikan.
3. Menjaga, mempertahankan dan meningkatkan fasilitas dan pelayanan secara bersama-sama sehingga kepuasan peserta akan terpenuhi dan terjaga sepanjang waktu, serta perlunya juga memperhatikan variabel-variabel lain yang tidak menjadi bagian dalam penelitian ini, karena hal tersebut dapat saja mempengaruhi kepuasan peserta di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin., Z. (2012). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dantes, N. (Metode Penelitian). Yogyakarta: ANDI.
- Daryanto, I. S. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gaya Media.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponogoro.
- _____. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponogoro.
- Jasfar, F. (2009). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- _____. (2012). *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. &. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2014). *Principle Of Marketing, 15th Edition*. New Jarsey: Pearson Prentice Hall.
- Lukman, S. (2011). *Manajemen Kualitas Pemasaran*. Jakarta: STIA LAN Press.
- Nazir. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Puspita, H. W. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Giant Citra Raya*. Cikupa.
- Saleh., A. M. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2014.). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung.: Alfabeta.
- _____. (2017.). *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi., A. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- _____. (2016). *Service quality dan Statisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- _____. Chandra, Gregorius. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- _____. dan Diana, Anastasia. (2015). *Pelanggan Puas? Tidak Cukup!* Yogyakarta: Andi Offset.
- Tony, w. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks.