



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *RELATIONSHIP*
MARKETING DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN BPJS KETENAGAKERJAAN**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen**

Oleh

ANITA WIDYA KRISTIANI

55112110030

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

2014



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, *RELATIONSHIP*
MARKETING DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN BPJS KETENAGAKERJAAN**

TESIS

Oleh

ANITA WIDYA KRISTIANI

55112110030

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

2014

ABSTRACT

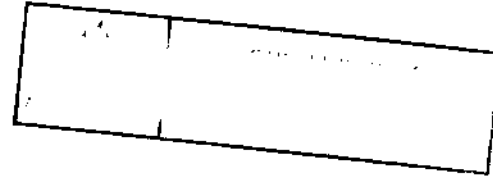
The aim of this study is to analyze the effect of service quality, relationship marketing and promotion on customer satisfaction at BPJS Ketenagakerjaan. Independent variable in this study are service quality, relationship marketing and promotion. Whereas customer satisfaction to be a dependent variable. In this research, data collection was conducted through a survey method by distributing questionnaires to customer at Setiabudi branch of BPJS Ketenagakerjaan Jakarta with purposive sampling survey method. Result of the analysis showed that the service quality, relationship marketing and promotion partially and simultaneously influence on customer satisfaction. The conclusion of this study in order to influence on customer satisfaction, BPJS Ketenagakerjaan must be able to focus on service quality in accordance with their reliable, relationship marketing in accordance with financial benefit and promotion with public relation

Keywords: service quality, relationship marketing, promotion, customer satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, *relationship marketing* dan promosi terhadap kepuasan pelanggan BPJS Ketenagakerjaan. Variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, *relationship marketing* serta promosi. Sedangkan kepuasan pelanggan menjadi variabel terikat. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan sampel purposive sampling pada BPJS Ketenagakerjaan cabang Setiabudi Jakarta. Dari hasil pengolahan data didapatkan variabel kualitas layanan, *relationship marketing* dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan. Kesimpulan dari penelitian ini, untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan, BPJS Ketenagakerjaan harus fokus pada kualitas layanan terutama dimensi *reliable*, *relationship marketing* pada manfaat finansial dan promosi pada dimensi *public relation*.

Kata kunci : kualitas layanan, *relationship marketing*, promosi, kepuasan pelanggan.



LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, *Relationship Marketing* dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan BPJS Ketenagakerjaan

Bentuk Tesis : Penelitian Masalah Perusahaan terkait Kepuasan Pelanggan BPJS Ketenagakerjaan

Nama : Anita Widya Kristiani

NIM : 55112110030

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 9 Juli 2014

Pembimbing

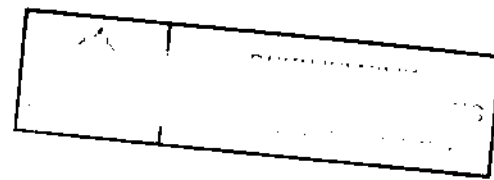
(Dr. Rina Astini, SE, ME)

Mengetahui
Direktur Pascasarjana

(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Mengesahkan
Ketua Program Studi Magister Manajemen

(Dr. Augustina Kurniasih, ME)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam proposal Tesis ini:

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, *Relationship Marketing* dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan BPJS Ketenagakerjaan
Bentuk Tesis : Penelitian Masalah Perusahaan terkait Kepuasan Pelanggan BPJS Ketenagakerjaan
Nama : Anita Widya Kristiani
NIM : 55112110030
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 01 Juni 2014

Merupakan hasil studi magister manajemen, sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 01 Juni 2014

MATERAI
TEMPEL
Rp. 6.000
FBC0ACF393862166
6000 DJP

Anita Widya Kristiani

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan anugrahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, *Relationship Marketing* dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan BPJS Ketenagakerjaan”** dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

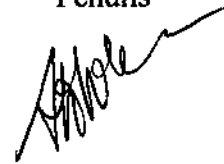
Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua telah pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tesis ini, khususnya kepada :

1. Dr. Rina Astini, SE, ME selaku dosen pembimbing yang telah begitu banyak meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, masukan serta semangat bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Dosen Penelaah Seminar Proposal Tesis yang telah memberikan masukan serta perbaikan dalam penulisan tesis ini.
3. Ketua Sidang dan Dosen Penguji Sidang Tesis yang telah memberikan masukan serta perbaikan dalam penulisan tesis ini.
4. Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
5. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana.
6. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen yang telah membantu serta memberikan masukan kepada penulis.
7. Pimpinan BPJS Ketenagakerjaan cabang Setiabudi beserta jajarannya.
8. Suami terkasih, Ruben P.P. Simanjuntak beserta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan supportnya.

Penulis menyadari baik dalam penyajian serta penulisan tesis ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari semua pihak dalam perbaikan tesis ini. Terakhir penulis berharap agar tesis ini bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, Juni 2014

Penulis



Anita Widya Kristiani

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Perumusan dan Batasan Masalah.....	6
1.2.1. Identifikasi Masalah	6
1.2.2. Rumusan Masalah	6
1.2.3. Batasan Masalah	7
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1. Maksud Penelitian	7
1.3.2. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Penelitian	8
1.4.2. Kegunaan Penelitian	8
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Perusahaan	10
2.2. Lingkup dan Bidang Usaha.....	12
2.3. Sumber Daya	15
2.3.1. Visi Perusahaan	15
2.3.2. Misi Perusahaan	15
2.3.3. Budaya Perusahaan	16
2.3.4. Struktur Organisasi.....	17
2.3.5. Sumber Daya Manusia	19
2.4. Tantangan Bisnis.....	20
2.5. Proses/Kegiatan Fungsi Bisnis.....	20
BAB III KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
3.1. Kajian Pustaka.....	23
3.1.1. Jasa	23
3.1.2. Pemasaran Jasa	25
3.1.3. Kepuasan Pelanggan.....	26

3.1.4. Kualitas Layanan	29
3.1.5. <i>Relationship Marketing</i>	33
3.1.6. Promosi	37
3.2. Penelitian Terdahulu.....	41
3.3. Kerangka Pikir dan Model Penelitian.....	44
3.3.1. Kerangka Pikir	44
3.3.2. Model Penelitian.....	47
3.4. Hipotesis	49

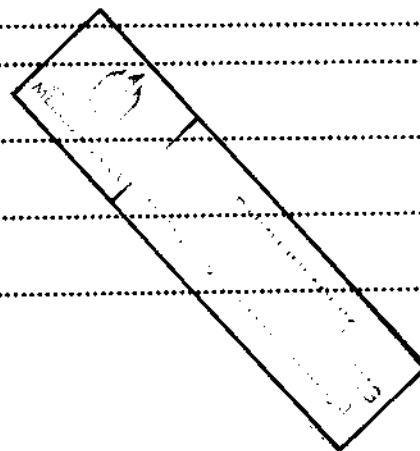
BAB IV METODE PENELITIAN

4.1. Jenis/Desain Penelitian	50
4.2. Variabel Penelitian.....	50
4.2.1. Definisi Konsep	50
4.2.2. Definisi Operasional.....	51
4.3. Populasi dan Sampel Penelitian	53
4.3.1. Populasi	54
4.3.2. Penentuan Sampel.....	54
4.4. Jenis dan Sumber Data	56
4.4.1. Data Primer.....	56
4.4.2. Data Sekunder	56
4.5. Teknik Pengumpulan Data	56
4.5.1. Kuesioner.....	56
4.5.2. Wawancara.....	57
4.6. Teknik Analisis Data	57
4.6.1. Uji Validitas.....	57
4.6.2. Uji Reliabilitas.....	58
4.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	59
4.6.3.1. Uji Normalitas.....	59
4.6.3.2. Uji Multikolinieritas	60
4.6.3.3. Uji Heterokedastisitas.....	61
4.6.4. Analisis Regresi Linier	61
4.6.4.1. Regresi Berganda.....	62
4.6.4.2. Analisis Korelasi Regresi Berganda.....	63
4.6.4.3. Koefisien Determinan (R^2)	63
4.6.5. Uji Hipotesa	63
4.6.5.1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	63
4.6.5.2. Uji Hipotesis Individu (Uji t)	64
4.6.5.3. Analisis Korelasi Antara Dimensi	65
4.7. Jadwal Pelaksanaan Penyusunan Tesis	66

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian	67
5.1.1. Penyajian Data	67
5.1.2. Analisis Data	71
5.1.2.1. Uji Instrumen Penelitian	71
5.1.2.2. Uji Asumsi Klasik	75

5.1.2.3. Analisis Regresi Linier	79
5.1.2.4. Uji Hipotesa	82
5.1.2.5. Analisis Korelasi Antar Dimensi	85
5.2. Pembahasan	88
5.2.1. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	88
5.2.2. Analisis Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	91
5.2.3. Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	94
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	97
6.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	105
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	125



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kepesertaan Perusahaan.....	2
Tabel 1.2	Indeks Kepuasan Pelanggan 2012.....	3
Tabel 1.3	Hasil Observasi tahun 2012-2013	4
Tabel 1.4	Sumber Tahu Program Jamsostek tahun 2012 – 2013	5
Tabel 3.1	<i>Relationship Marketing vs Transactional Marketing</i>	34
Tabel 3.2	Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 4.1	Variabel Operasional.....	52
Tabel 4.2	Skala Likert.....	53
Tabel 4.3	Kriteria Korelasi.....	58
Tabel 4.4	Matrik Korelasi Dimensi Antar Variabel (Dependen dan Independen).....	65
Tabel 5.1	Karakteristik Responden	68
Tabel 5.2	Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X1)	71
Tabel 5.3	Uji Validitas Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X2).....	72
Tabel 5.4	Uji Validitas Variabel Promosi (X3).....	73
Tabel 5.5	Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	73
Tabel 5.6	Uji Reliabilitas	74
Tabel 5.7	Uji Kolmogorov Smirnov	77
Tabel 5.8	Uji Multikolinieritas	78
Tabel 5.9	Koefisien Regresi	80
Tabel 5.10	Koefisien Determinasi	82
Tabel 5.11	Uji T	82
Tabel 5.12	Uji F	84
Tabel 5.13	Korelasi Antar Dimensi Kualitas Layanan (X1)	85
Tabel 5.14	Korelasi Antar Dimensi <i>Relationship Marketing</i> (X2)	86
Tabel 5.15	Korelasi Antar Dimensi Promosi (X3)	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tata Nilai Perusahaan.....	16
Gambar 2.2	Struktur Organisasi BPJS Ketenagakerjaan	18
Gambar 2.3	Jumlah Pegawai	19
Gambar 2.4	Proses Bisnis	21
Gambar 3.1	Korelasi antar Dimensi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	34
Gambar 3.2	Korelasi antar Dimensi <i>Relationship Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	40
Gambar 3.3	Korelasi antar Dimensi Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	45
Gambar 3.4	Kerangka Pikir.....	47
Gambar 3.5	Model Penelitian.....	48
Gambar 5.1	Jenis Kelamin Responden	68
Gambar 5.2	Usia Responden	69
Gambar 5.3	Pendidikan Responden	70
Gambar 5.4	Masa Kepesertaan Responden	70
Gambar 5.5	Histogram Uji Normalitas	75
Gambar 5.6	Normal Plot Normalitas	76
Gambar 5.7	Uji Heterokedastisitas	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Uji Validitas <i>Product Moment</i> Kualitas Layanan	105
Lampiran 2	Uji Validitas <i>Product Moment Relationship Marketing</i> ...	106
Lampiran 3	Uji Validitas <i>Product Moment</i> Promosi	107
Lampiran 4	Uji Validitas <i>Product Moment</i> Kepuasan Pelanggan.....	108
Lampiran 5	Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan, <i>Relationship Marketing</i>	109
Lampiran 6	Uji Reliabilitas Variabel Promosi, Kepuasan Pelanggan ..	110
Lampiran 7	Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov	111
	Uji Multikolinieritas	111
Lampiran 8	Regresi	112
Lampiran 9	Korelasi Antar Dimensi	113
Lampiran 10	Kuesioner.....	112
Lampiran 11	Hasil Kuesioner – Karakteristik Responden	117
Lampiran 12	Hasil Kuesioner	118