

**PENGARUH *MEDIA SOCIAL COMMUNICATION*,
OMNICHANNEL DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP
KEPATUHAN MEMBAYAR IURAN BPJS KESEHATAN
(Studi Kasus pada Peserta BPJS Kesehatan Segmen Pekerja
Bukan Penerima Upah (PBPU)/Mandiri di Wilayah Jabodetabek)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**NAMA : Wilda Febrika Hulu
NIM : 43117110341**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH *MEDIA SOCIAL COMMUNICATION*,
OMNICHANNEL DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP
KEPATUHAN MEMBAYAR IURAN BPJS KESEHATAN
(Studi Kasus pada Peserta BPJS Kesehatan Segmen Pekerja
Bukan Penerima Upah (PBPU)/Mandiri di Wilayah Jabodetabek)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
NAMA : Wilda Febrika Hulu
NIM : 43117110341

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2020

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh *Media Social Communication, Omnichannel* dan Persepsi Resiko Terhadap Kepatuhan Membayar Iuran BPJS Kesehatan (Studi Kasus pada Peserta BPJS Kesehatan Segmen Pekerja Bukan Penerima Upah (PBPJ)/Mandiri di Wilayah Jabodetabek)

Nama : Wilda Febrika Hulu

NIM : 43117110341

Program : S1 Manajemen

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Manajemen Program Sarjana Universitas Mercu Buana.

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Juni 2020



Wilda Febrika Hulu


LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Wilda Febrika Hulu
NIM : 43117110341
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh *Media Social Communication, Omnichannel* dan Persepsi Resiko Terhadap Kepatuhan Membayar Iuran BPJS Kesehatan (Studi Kasus pada Peserta BPJS Kesehatan Segmen Pekerja Bukan Penerima Upah (PBPU)/Mandiri di Wilayah Jabodetabek)
Tanggal : 11 Maret 2020

Disahkan Oleh:

Pembimbing,

Ketua Penguji,


Dudi Permana, Ph.D

Tanggal:


Nur Endah Retno Wuryandari, S.Sos., MM

Tanggal: 29 Juni 2020

Dekan,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,


Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si, CA

Tanggal:


Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal:

ABSTRACT

The main objective of this study is to examine and analyze the influence of the social media communication, omnichannel and risk perception on payment compliance of BPJS health contributions by using quantitative-descriptive approach. Data were collected from 100 respondents of division asset management center's employees. Data analysis in this study use alternative methods of structural equation modeling (SEM) which is partial least square (PLS). The first phase of the current study is to validate each variable's question as well as it's reliabilities. The second phase is to test the relationships social media communication, omnichannel and risk perception on payment compliance. The outcomes of this present study have shown that the social media communication, omnichannel and risk perception have positive and significant effects.

Keywords: Social Media Communication, Omnichannel, Risk Perception and Payment Compliance.



ABSTRAK

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *media social communication, omnichannel* dan persepsi resiko terhadap kepatuhan membayar iuran BPJS kesehatan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data dalam penelitian diperoleh dari 100 responden karyawan divisi asset management center. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode alternatif dari *structural equation modeling* (SEM) yaitu *partial least square* (PLS). Tahap pertama dalam penelitian ini untuk menguji validitas pertanyaan setiap variabel berikut dengan reliabilitasnya. Tahap kedua menguji hubungan antara *media social communication, omnichannel* dan persepsi resiko terhadap kepatuhan membayar. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel *media social communication, omnichannel* dan persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar.

Kata Kunci: *Media Social Communication, Omnichannel* dan Persepsi Resiko, dan Kepatuhan Membayar.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia- Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: Pengaruh *Media Social Communication, Omnichannel* dan Persepsi Resiko terhadap Kepatuhan Membayar Iuran BPJS Kesehatan Studi Kasus pada Peserta BPJS Kesehatan Segmen Pekerja Bukan Penerima Upah (PBPU)/Mandiri di Wilayah Jabodetabek.

Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Progam Studi Manajemen di Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada Bapak Dudi Permana, Ph.D sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Skripsi ini dari awal hingga Skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis haturkan Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membatu dalam penyusunan proposal ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si, CA.,CIPCAS.,CMA.,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Tine Yuliantini, S.Par., MM selaku Sekretaris 1 Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Dr. SE., M.Si Erna Sofriana Imaningsih selaku Sekretaris 2 Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Nur Endah Retno Wuryandari, S.Sos, MM selaku Ketua Penguji dalam sidang skripsi
7. Bapak Ali Hanafiah, SE., MM selaku Dosen Penguji dalam sidang skripsi
8. Kedua orang tua tercinta, suami dan keluarga saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan proposal ini.

9. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

10. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan baik kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penulis
Wilda Febrika Hulu

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kontribusi Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
A. Kajian Pustaka	16
1. Jasa	16
1.1 Pengertian Jasa	16
1.2 Pengertian Pemasaran Jasa	18
1.3 Karakteristik Jasa	19
2. Perilaku Konsumen	21
2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	22
2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	23
2.3 Pengaruh Teknologi terhadap Perilaku Konsumen	25
3. Kepatuhan.....	26
3.1 Pengertian Kepatuhan	26
3.2 Indikator Kepatuhan	27
4. <i>Media Social Communication</i>	27

4.1	Pengertian <i>Media Social Communication</i>	28
4.2	Indikator <i>Media Social Communication</i>	29
5.	<i>Omnichannel</i>	31
5.1	Pengertian Omnichannel	31
5.2	Indikator <i>Omnichannel</i>	33
6.	Persepsi Resiko	34
6.1	Pengertian Persepsi Resiko	34
6.2	Indikator Persepsi Resiko.....	35
B.	Penelitian Terdahulu	37
C.	Hubungan Antar Variabel	43
D.	Rerangka Konseptual	45
	BAB III METODE PENELITIAN	46
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	46
B.	Desain Penelitian	47
C.	Definisi dan Operasional Variabel.....	48
1.	Definisi Variabel	48
2.	Operasional Variabel.....	49
D.	Skala Pengukuran Variabel.....	50
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	52
F.	Jenis dan Sumber Data.....	53
G.	Metode Pengumpulan Data.....	54
H.	Metode Analisis Data.....	55
1.	Analisa Partial Least Square (PLS)	55
2.	Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS	57
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A.	Gambaran Umum dan Objek Penelitian	60
1.	BPJS Kesehatan.....	60
2.	Visi dan Misi BPJS Kesehatan.....	61
B.	Analisis Statistik Deskriptif	62
1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	62

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	63
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran	64
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Status Kepesertaan Mandiri	64
6. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	65
C. Analisis Karakteristik Jawaban Responden	66
1. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel Kepatuhan Membayar.....	66
2. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Media Social Communication</i>	67
3. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Omnichannel</i>	68
4. Karakteristik Kuesioner Berdasarkan Variabel Persepsi Resiko	69
D. Analisis Data	70
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	70
1.1 Uji Validitas	70
1.2 Uji Reliabilitas.....	78
2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	79
2.1 Nilai R-Square (R^2)	79
2.2 Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>)	81
2.3 Nilai T-Statistics (Bootstrapping)	82
2.4 Nilai Predictive Relevance (Q^2)	82
3. <i>Goodness of Fit Model (GoF)</i>	83
4. Pengujian Hipotesis	84
5 Analisis Hasil Penelitian	87
5.1 Analisis Pengaruh antara <i>Media Social Communication</i> dengan Kepatuhan Membayar.....	88
5.2 Analisis Pengaruh antara Omnichannel dengan Kepatuhan Membayar.....	89
5.3 Analisis Pengaruh antara Persepsi Resiko dengan Kepatuhan Membayar.....	89

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	91
A. Simpulan	91
B. Saran	92
1. Saran Praktis.....	92
2. Saran Akademis.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	99



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	Besaran Iuran JKN-KIS Sebelum dan Sesudah Penyesuaian Iuran Tahun 2018 hingga Tahun 2020	4
1.2	Tabel Pra Survei	12
2.1	Penelitian Terdahulu	33
3.1	Operasional Variabel	44
3.2	Lima Tingkatan Jawaban dengan Skala Likert	46
3.3	Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Struktural	54
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	58
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran	60
4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Status Kepesertaan Mandiri	61
4.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili	61
4.7	Statistik Deskriptif Variabel Kepatuhan Membayar	62
4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Media Social Communication</i>	63
4.9	Statistik Deskriptif Variabel <i>Omnichannel</i>	64
4.10	Statistik Deskriptif Variabel Sikap Persepsi Resiko	65
4.11	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	67
4.12	Hasil Uji <i>Convergent Validity (AVE)</i>	67
4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i>	68

Tabel	Judul	Halaman
4.14	Hasil Uji Modifikasi Pertama <i>Convergent Validity</i>	69
4.15	Hasil Uji Modifikasi Pertama <i>Discriminant Validity</i>	70
4.16	Hasil Uji Modifikasi Kedua <i>Convergent Validity</i>	71
4.17	Hasil Uji Modifikasi Kedua <i>Discriminant Validity</i>	72
4.18	Hasil Uji Modifikasi Kedua <i>Convergent Validity (AVE)</i>	72
4.19	Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	73
4.20	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	74
4.21	Hasil Uji Nilai <i>R-Square (R²)</i>	76
4.22	Hasil Uji Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>)	77
4.23	Hasil Uji Nilai <i>T-Statistic (Bootsrapping)</i>	78
4.24	Hasil Uji Nilai <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	79
4.25	Hasil Pengujian Hipotesis Pada Model Penelitian	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1.	Pertumbuhan Peserta BPJS Kesehatan	2
1.2	Pertumbuhan Peserta BPJS Kesehatan segmen PBP/Mandiri	3
1.3	Data Tunggalan Peserta PBP/Mandiri s.d. Tahun 2018	5
1.4	Data Defisit BPJS Kesehatan Tahun 2014-2020	6
1.5	Kendala Rendahnya Penerimaan Iuran	7
1.6	Tingkat Pertumbuhan <i>Social Media</i> di BPJS Kesehatan	10
2.1	Rerangka Konseptual	41
4.1	Uji <i>Convergent Validity</i>	66
4.2	Uji Modifikasi Pertama <i>Convergent Validity</i>	69
4.3	Uji Modifikasi Kedua <i>Convergent Validity</i>	71
4.4	Hasil Uji Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>)	81
4.5	Hasil Uji Nilai <i>T-Statistic (Bootsrapping)</i>	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	99
2	Data Jawaban Responden	102
3	Hasil Uji <i>Outer Loading</i> (Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>)	105
4	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (AVE)	106
5	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (Fornell Larcker Criterion)	106
6	Hasil Uji Modifikasi Pertama <i>Convergent Validity</i>	107
7	Hasil Uji Modifikasi Kedua <i>Discriminant Validity</i> (Fornell Larcker Criterion)	108
8	Hasil Uji Modifikasi Kedua <i>Convergent Validity</i> (AVE)	108
9	Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	108
10	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	109
11	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> (R^2)	109
12	Hasil Uji Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>)	109
13	Hasil Uji Nilai <i>T-Statistic</i> (<i>Bootsrapping</i>)	110
14	Hasil Uji Nilai <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	110
15	Hasil Pengujian Hipotesis Pada Model Penelitian	110