



Pengaruh Kreativitas dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Peserta Menggunakan Layanan BPJS Ketenagakerjaan dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderator

Nadhifa Salma Deviaudria¹, Sonja Andarini²

^{1,2}Univeritas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: nadhifadeviaudria@gmail.com, sonja_andarini.adbis@upnjatim.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-10-12 Revised: 2023-11-23 Published: 2023-12-02 Keywords: <i>Creativity;</i> <i>Quality of Service;</i> <i>Trust;</i> <i>Satisfaction.</i>	This study aims to determine and analyze the influence of creativity and service quality on participant satisfaction using BPJS Employment services with trust as a moderator variable. The population of this study was participants who had been participants of BPJS Employment Surabaya Darmo Branch and samples taken as many as 400 respondents with sampling techniques using purposive sampling. Data analysis techniques use validity tests, reliability tests, classical assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, and autocorrelation tests, multiple linear regression analysis with moderation variables, hypothesis tests (F test and t test), and Moderated Regression Analysis (MRA) tests processed with SPSS 29. The calculation results of the F test show a calculated F value of 272.731 and a table F value of 2.640 with a signification value of $0.001 > 0.05$, so the variables of creativity and service quality simultaneously affect participant satisfaction. The result of the multiple linear regression calculation is $Y = 1.109 + 0.130X_1 + 0.214X_2 + 0.417Z$ and the MRA calculation result is $Y = 0.419 + 0.435X_1 + 0.066X_2 + 0.468Z - 0.025X_1.Z + 0.012X_2.Z$. Based on the results of this study proves that creativity has a positive and significant influence on participant satisfaction, service quality has a positive and significant influence on participant satisfaction, trust moderates the influence of creativity on participant satisfaction, trust moderates the effect of service quality on participant satisfaction.

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-10-12 Direvisi: 2023-11-23 Dipublikasi: 2023-12-02 Kata kunci: <i>Kreativitas;</i> <i>Kualitas Layanan;</i> <i>Kepercayaan;</i> <i>Kepuasan.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kreativitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan peserta menggunakan layanan BPJS Ketenagakerjaan dengan kepercayaan sebagai variabel moderator. Populasi penelitian ini yaitu peserta yang pernah menjadi peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Surabaya Darmo dan sampel yang diambil sebanyak 400 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi, analisis regresi linier berganda dengan variabel moderasi, uji hipotesis (uji F dan uji t), serta uji Moderated Regression Analysis (MRA) yang diolah dengan SPSS 29. Hasil perhitungan uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 272,731 dan nilai F tabel sebesar 2,640 dengan nilai signifikasi $0,001 > 0,05$ maka variabel kreativitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan peserta. Hasil perhitungan regresi linier berganda yaitu $Y = 1,109 + 0,130X_1 + 0,214X_2 + 0,417Z$ dan hasil perhitungan MRA yaitu $Y = 0,419 + 0,435X_1 + 0,066X_2 + 0,468Z - 0,025X_1.Z + 0,012X_2.Z$. Berdasarkan hasil penelitian ini membuktikan bahwa kreativitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta, kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta, kepercayaan memoderasi pengaruh kreativitas terhadap kepuasan peserta, kepercayaan memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan peserta.

I. PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan karena memiliki dampak langsung pada kesuksesan jangka panjang perusahaan. Pelanggan yang puas akan lebih cenderung untuk tetap menjadi pelanggan setia, merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, dan bahkan mungkin menghabiskan lebih banyak uang pada

produk atau layanan perusahaan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus memastikan bahwa produk

atau layanan yang mereka tawarkan berkualitas tinggi dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Perusahaan juga harus menyediakan pelayanan yang ramah dan responsif, memberikan solusi yang cepat jika terjadi masalah atau keluhan, dan mempertimbangkan umpan balik pelanggan secara teratur untuk memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan. Ritonga (2019) mendefinisikan kepuasan peserta dapat diperoleh dengan memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan dan melakukan kreativitas usaha yang efektif dan efisien.

Untuk memenuhi kepuasan pelanggan, kreativitas merupakan salah satu faktor pendukungnya. Theodore Levitt dikutip Yeni (2021) mengemukakan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang dalam mengembangkan ide-ide baru dan mengemukakan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang. Selain itu, faktor penting lainnya dalam memenuhi kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan. Kualitas layanan menjadi suatu ukuran untuk menilai apakah suatu barang atau jasa tersebut sudah mempunyai nilai guna sesuai yang dikehendaki atau dengan kata lain, suatu barang dapat dikatakan memiliki kualitas apabila nilai guna dan fungsinya sudah sesuai dengan yang diinginkan. Wyckof dalam Tjiptono (2019:290) berpendapat kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa perusahaan dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan, serta kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif. Pengertian kepercayaan menurut Ba dan Pavlou (2002:39) dalam Rusiyah (2021) yaitu kepercayaan menjadi suatu alat penilaian tentang harapan yang berkaitan dengan orang lain saat melaksanakan transaksi pada sebuah hubungan yang penuh dengan ketidakpastian.

Saat ini Indonesia merupakan negara berkembang dengan ekonomi yang terus tumbuh dari waktu ke waktu. Pada tahun 2019, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) ekonomi Indonesia tumbuh 5,02 persen. Sedangkan di tahun 2020, mengalami kontraksi pertumbuhan ekonomi sebesar -2,07 persen. Penurunan ekonomi yang dialami Indonesia akibat pandemi mempengaruhi tenaga kerja, banyak perusahaan yang terpaksa melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) karena mengalami kesulitan finansial dan

menurunnya permintaan pasar. Kementerian Ketenagakerjaan mencatat sekitar 2.175.928 pekerja terdampak sejak April 2020 sampai Juli 2020 (Sumber: satudata.kemnaker.go.id).

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan atau sering disebut BPJS K (BPJS Ketenagakerjaan) didirikan berdasarkan Undang-undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial. BPJS K merupakan badan hukum publik yang bertanggung jawab untuk memberikan perlindungan dan manfaat kepada tenaga kerja di Indonesia. Pada mulanya BPJS K hanya melayani pekerja sektor swasta, tetapi sekarang badan hukum publik tersebut melayani semua pekerja asli Indonesia baik sektor formal maupun informal, jasa konstruksi, serta pekerja migran Indonesia. Selain itu, program yang dilaksanakan semakin berkembang, diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 37 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Program Jaminan Kehilangan Pekerjaan BPJS K saat ini memiliki lima program yaitu Jaminan Kecelakaan Kerja, Jaminan Hari Tua, Jaminan Kematian, Jaminan Pensiun, dan Jaminan Kehilangan Pekerjaan.

Menurut Kementerian Ketenagakerjaan, pada Agustus 2022 tercatat sebanyak 54,50 juta orang (Sumber: satudata.kemnaker.go.id) terdaftar dalam kepesertaan BPJS Ketenagakerjaan dari 143,72 juta tenaga kerja (Sumber: bps.go.id). Ini menandakan tingkat keikutsertaan tenaga kerja tidak lebih dari 38% dari seluruh tenaga kerja yang ada di Indonesia. Untuk meningkatkan jumlah peserta BPJS Ketenagakerjaan, dilakukan strategi diversifikasi pemasaran. Berbagai macam cara dilaksanakan menjangkau seluruh elemen tenaga kerja yang memiliki potensi supaya jadi peserta BPJS Ketenagakerjaan, seperti ojek online, online merchant, pedagang, petani, nelayan, hingga orang yang mendapatkan kredit usaha rakyat (KUR).

II. METODE PENELITIAN

A. Penelitian Kuantitatif

Penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh langsung dari sumbernya atau objek penelitian oleh pihak yang berkepentingan. Untuk pengukuran jawaban responden menggunakan skala likert yang diberikan dalam skala 1 sampai 5, dimana: sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), sangat setuju (5).

B. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh peserta yang terdaftar di BPJS

Ketenaakerjaan cabang Surabaya Darmo. Pada tahun 2022 jumlah peserta BPJS Ketenagakerjaan tercatat sebanyak 262.522 peserta. Adapun teknik yang diterapkan dalam menentukan sampel adalah purposive sampling, yaitu menetapkan sampel dengan memperhitungkan pertimbangan tertentu. Sampel diperoleh dengan rumus slovin untuk peluang kesalahan 5% dari jumlah populasi sebanyak 262.522 diambil sampel sejumlah 400 responden.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Berdasarkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 400 responden, dapat diketahui responden laki-laki diketahui sebanyak 235 orang dengan persentase 58.8%. Sedangkan responden perempuan diketahui sebanyak 165 orang dengan persentase 41.2%. Berdasarkan usia diketahui terdapat 73 responden yang berada pada interval usia 15-25 tahun atau dengan persentase sebesar 18.3%, terdapat 119 responden yang berada pada interval usia 26-35 tahun atau dengan persentase sebesar 29.8%, terdapat 119 responden yang berada pada interval usia 36-45 tahun atau dengan persentase sebesar 29.8%, terdapat 55 responden yang berada pada interval usia 46-55 tahun atau dengan persentase sebesar 13.8%, dan terdapat 34 responden pada interval usia >55 tahun atau dengan presentasi 8.5%.

Sedangkan, domisili terdapat 99 responden atau dengan persentase 24.8% di Surabaya Timur, terdapat 11 responden atau dengan persentase 2.8% di Surabaya Utara, terdapat 140 responden atau dengan persentase 35% di Surabaya Barat, terdapat 70 responden atau dengan persentase 17.5% di Surabaya Selatan, dan terdapat 80 responden atau dengan persentase 20% di Surabaya Pusat. Karakteristik segmentasi peserta BPJS Ketenagakerjaan diketahui terdapat 160 responden atau dengan persentase sebesar 40% adalah peserta Bukan Penerima Upah (BPU), terdapat 238 responden atau dengan persentase sebesar 59.5% adalah Penerima Upah (PU), dan terdapat 2 responden atau dengan persentase sebesar 0.5% adalah peserta Jasa Kontruksi.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur adanya data penelitian kuisioner valid atau tidaknya terhadap variabel yang ada. Dalam melihat kebenaran uji statistik yang ada, angka rhitung harus dibandingkan dengan adanya rtabel yang menggunakan taraf 5% pada derajat bebas (n-2). Apabila angka rhitung \geq rtabel berarti data yang didapatkan dikatakan valid, berikut merupakan hasil pengujian validitas terhadap variabel bebas, terikat dan moderasi yang berlandaskan pada indikator. Sedangkan pada pengukuran uji reliabilitas menggunakan pada metode pengukuran Cronbach's alpha dimana memiliki arti sebagai apabila nilai Cronbach's alpha lebih dari 0,60 maka data variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kreativitas (X1)	X1.1	0.824	0.098	Valid
	X1.2	0.831	0.098	Valid
	X1.3	0.848	0.098	Valid
Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0.799	0.098	Valid
	X2.2	0.778	0.098	Valid
	X2.3	0.805	0.098	Valid
	X2.4	0.805	0.098	Valid
	X2.5	0.814	0.098	Valid
Kepuasan Peserta (Y)	Y.1	0.762	0.098	Valid
	Y.2	0.847	0.098	Valid
	Y.3	0.834	0.098	Valid
Kepercayaan (Z)	Z.1	0.848	0.098	Valid
	Z.2	0.830	0.098	Valid
	Z.3	0.783	0.098	Valid

Hasil dari pengujian menggunakan aplikasi SPSS dengan berlandaskan pada jawaban responden dalam hasil pengujian validitas menunjukkan pada indikator dari variabel memiliki keterangan valid. hal ini dikarenakan pada r hitung $>$ r tabel sebesar 0,098.

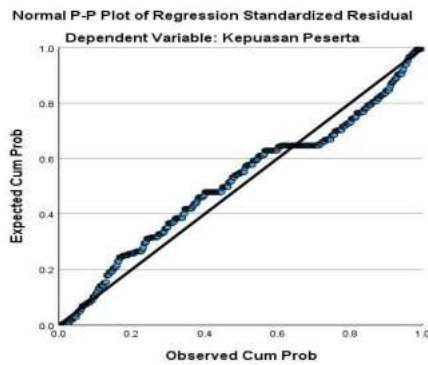
Tabel 2. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Keterangan
1	Kreativitas (X1)	0.782	Reliabel
2	Kualitas Layanan (X2)	0.859	Reliabel
3	Kepercayaan (Z)	0.756	Reliabel
4	Kepuasan Peserta	0.747	Reliabel

Berdasarkan hasil tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang ada memiliki nilai *Cronbach's alpha* yang lebih besar dari penentuan minimum yaitu 0,60 dapat dikatakan data penelitian pada variabel ini reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian normalitas menggunakan grafik normal P-P Plot yang menunjukkan hasil titik-titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal.



Gambar 1. Uji Normalitas

Dalam mendeteksi multikorelasi melihat nilai tolerance >10% dan VIF <10, dari pengujian mendapatkan hasil tolerance 0,421 yang lebih dari 10% dan nilai VIF 2,375 kurang dari 10. Sehingga hal ini model regresi tidak terjadi multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser dengan hasil menunjukkan nilai signifikansi variabel kreativitas (X1) sebesar 0,080 dan kualitas layanan (X2) sebesar 0,983, hasil tersebut diartikan analisis regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Pengujian Autokorelasi ditentukan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 1,931 yang dimana pada teori Santoso (2018) nilai Durbin-Watson didapatkan hasil $-2 < 1,931 < 2$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang ada tidak terjadi gejala autokorelasi.

4. Uji Regresi Linier Berganda dengan Variabel Moderasi

Hasil dari rumus persamaan regresi linier berganda I yaitu $Y = 2,151 + 0,244X_1 + 0,349X_2$, sedangkan hasil regresi linier berganda II yaitu $Y = 1,109 + 0,130X_1 + 0,214X_2 + 0,417Z$ yang dapat disimpulkan Kreativitas (X1) dan Kualitas Layanan (X2) mengalami penurunan dan menunjukkan pengaruh negatif. Hal ini memiliki arti bahwa dalam waktu kedepan akan menyebabkan penurunan pada kepuasan peserta (Y). Hasil uji koefisien determinasi (R^2) adalah 0,617 menjelaskan variabel independent atau bebas mampu menerangkan variasi variabel dependen atau terikat sebesar 61,7% lalu sisanya 38,3% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5. Uji Hipotesis

Pengujian uji F diketahui Fhitung sebesar 272,731 > Ftable sebesar 2,640 dengan nilai sig 0,001 < 0,05, hal ini menunjukkan bahwa pada Kreativitas (X1), Kualitas Layanan (X2), Kepercayaan (Z) berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Peserta (Y). Pengujian statistik t pada penggunaan sampel sebanyak 400 responden dengan pengujian 2 arah didapatkan skor t-table dengan nilai 1,967. Output pengujian t dalam penelitian membuktikan bahwa variabel kreativitas (X1) mempunyai nilai t-hitung 2,289 yang melebihi t-table 1,967 dengan nilai sig. sebesar 0,005 sehingga hal ini variabel kreativitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan peserta (Y). Variabel kualitas layanan (X2) mempunyai nilai t-hitung 6,857 yang melebihi t-table 1,967 dengan nilai sig. sebesar 0,001 sehingga hal ini membuktikan variabel kualitas layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan peserta (Y). Variabel kepercayaan (Z) memiliki nilai t-hitung 8,281 yang melebihi t-table 1,967 dengan nilai sig. 0,001 sehingga hal ini variabel kepercayaan (Z) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Peserta (Y).

6. Uji MRA

Hasil Moderated Regression Analysis (MRA) didapatkan persamaan $Y = 0,419 + 0,435K + 0,066KL + 0,468KP - 0,025K.Z + 0,012KL.Z$ Nilai konstanta dengan sebesar 0,419 yang memiliki arti sebagai apabila dalam semua variabel independen konstan, maka Loyalitas Pelanggan meningkat sebesar 0,419. Nilai koefisien regresi kreativitas (X1) sebesar 0,435 artinya dalam hal ini jika kreativitas meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan peserta (Y) akan meningkat sebesar 0,435 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Nilai koefisien regresi kualitas layanan (X2) sebesar 0,066 artinya jika kualitas layanan meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan peserta (Y) akan meningkat sebesar 0,066 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Nilai koefisien regresi kepercayaan (Z) sebesar 0,468 artinya jika kepercayaan meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan peserta (Y) akan meningkat sebesar 0,468 dengan asumsi variabel independen lainnya

konstan. Nilai koefisien perkalian antara kreativitas (X1) dan kepercayaan (Z) sebesar -0,025 artinya jika perkalian antara kreativitas dan kepercayaan meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan peserta (Y) akan menurun sebesar 0,025 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Nilai koefisien perkalian antara kualitas layanan (X2) dan kepercayaan (Z) sebesar 0,012 artinya jika perkalian antara kualitas layanan dan kepercayaan meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan peserta (Y) akan meningkat sebesar 0,012 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.

Hasil pengujian variabel moderasi dapat diberikan pada hasil kreativitas yang tidak berpengaruh dengan signifikansi sebesar 0,130 lebih besar dari 0,05. Hasil yang didapatkan pada kualitas layanan yang tidak berpengaruh dengan signifikansi sebesar 0,688 lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian kepercayaan berpengaruh dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05. Hasil pengujian kreativitas dengan kepercayaan tidak berpengaruh dengan nilai signifikansi sebesar 0,282 lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian kualitas layanan dengan kepercayaan tidak berpengaruh dengan nilai signifikansi sebesar 0,368 lebih besar dari 0,05.

B. Pembahasan

1. Peran Variabel Kepercayaan Memoderasi Kreativitas terhadap Kepuasan Peserta

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel kepercayaan memoderasi hubungan kreativitas terhadap kepuasan peserta mempunyai pengaruh negatif, sesuai pengujian kreativitas digabungkan dengan kepercayaan terdapat nilai signifikansi 0,282 lebih besar dari 0,05. Semakin lemah kreativitas yang dimoderasi kepercayaan maka kepuasan peserta semakin lemah. Menurut Maharani (2010) dalam Tjiptono dan Chandra (2018) bahwa kepercayaan adalah keyakinan suatu pihak terkait reabilitas, durabilitas dan integritas serta keyakinan bahwa tindakannya merupakan hal yang paling baik dan dapat dipercaya.

Adanya kepercayaan sebagai variabel moderator, meskipun kreativitas yang dirasakan negatif seperti layanan online (JMO) tidak mudah digunakan, sering error, kesulitan saat mendaftar menjadi peserta,

namun peserta tetap percaya bahwa layanan di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Surabaya Darmo akan memenuhi kebutuhan, bertanggung jawab atas kesalahan yang terjadi, dan percaya memiliki reputasi yang baik. Peserta yang merasakan kepercayaan tersendiri saat melakukan layanan di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Surabaya Darmo, tidak menutup kemungkinan akan terbentuk kepuasan peserta.

2. Peran Variabel Kepercayaan Memoderasi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Peserta

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel kepercayaan memoderasi hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan peserta mempunyai pengaruh negatif, sesuai pengujian kualitas layanan digabungkan dengan kepercayaan terdapat nilai signifikansi 0,368 lebih besar dari 0,05. Semakin lemah kualitas layanan yang dimoderasi kepercayaan maka kepuasan peserta semakin lemah. Aji P (2018) mendefinisikan kepercayaan merupakan kesediaan konsumen untuk menggantungkan diri pada suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan tertentu yang diyakininya akan dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Adanya kepercayaan sebagai variabel moderator, meskipun kualitas layanan yang dirasakan negatif seperti fasilitas yang kurang memadai, butuh waktu yang lama untuk antri, informasi yang kurang jelas, peserta tetap percaya bahwa layanan di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Surabaya Darmo akan memenuhi kebutuhan, bertanggung jawab atas kesalahan yang terjadi, dan percaya memiliki reputasi yang baik. Peserta yang merasakan kepercayaan tersendiri saat melakukan layanan di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Surabaya Darmo, tidak menutup kemungkinan kualitas layanan akan terbentuk kepuasan peserta.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan uji analisis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta layanan BPJS Ketenagakerjaan Cabang Surabaya Darmo
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta

layanan BPJS Ketenagakerjaan Cabang Surabaya Darmo

3. Kepercayaan memoderasi pengaruh kreativitas terhadap kepuasan peserta layanan BPJS Ketenagakerjaan Cabang Surabaya Darmo.
4. Kepercayaan memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Surabaya Darmo

B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan dan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Pada penelitian ini ditemukan bahwa kreativitas yang terdiri atas indikator fleksibel, optimis, dan mencari solusi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta. Oleh karena itu, BPJS Ketenagakerjaan Cabang Surabaya Darmo harus terus meningkatkan kreativitas pada layanan di kantor BPJS Ketenagakerjaan Cabang Surabaya Darmo. Misalnya, layanan yang fleksibel karena bisa diakses secara online, BPJS Ketenagakerjaan memberikan kemudahan layanan terhadap peserta, serta memberikan solusi yang dialami oleh peserta. Penelitian ini juga berfokus pada meningkatkan kepercayaan peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Surabaya Darmo, maka dari itu diharapkan untuk dapat lebih menjaga kualitas layanan seperti fasilitas tempat pelayanan agar peserta yang datang nyaman dan aman saat datang, sehingga pelayanan dapat berjalan dengan baik serta mampu untuk membantu peserta yang sedang melakukan pelayanan di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Surabaya Darmo.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam rangka penyempurnaan penelitian terkait bidang yang dikaji dalam studi ini dan pengembangan terkait penelitian ini, peneliti yang akan datang untuk mempertimbangkan variabel lainnya seperti brand image, word of mouth, loyalitas pelanggan dan lainnya.

DAFTAR RUJUKAN

Afriyani, Y., & Muhajirin. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UKM Dina Kelurahan Ntobo. *Jurnal Manajemen Bisnis*.

Aleron, B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna jasa Ekspedisi J&T Express yang dimoderasi oleh Garansi (studi kasus pada pengguna jasa ekspedisi J&T Express Kota Surabaya). Skripsi.

Arsadilla, R. (2019). Kualitas Pelayanan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan di Kantor BPJS Ketenagakerjaan Cabang Palembang 2019. Skripsi.

Damayanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Jurima*.

Darwis, F. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Customer Experience Management, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Penumpang Kapal PT Pelayaran Nasional Indonesia Cabang Balikpapan. Skripsi.

Halim, F., Kurniullah, A. Z., Efendi, M. B., Sudarso, A., Purba, B., Sisca, D. L., Novela, V. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. Yayasan Kita Menulis.

Haryanti, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Madiun. Skripsi.

Iqbal, M. (2019). Kreativitas dan Kualitas coffee Presentation di Usaha Boga Coffeeshop Yogyakarta. Skripsi.

Juleha, R., & Manawari, G. R. (2019). Pengaruh Kreativitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Pematangsiantar. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*.

Methasari, M., Kurniawan, G., & Sidik, A. R. (2018). Analisis Orientasi Pasar, Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Dinamika Governance*.

Nobmadella, O., & Nurhadi. (2021). Analisis Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi Experiential Marketing dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi KAI ACCESS. *Jurnal Perkeretaapian Indonesia*.

- Nurmalasari, Y. (2022). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Layanan BPJS Ketenagakerjaan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Madiun). SIMBA.
- Rusiyah, Sidanti, H., & Apriyanti. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kepercayaan Peserta Sebagai Variabel Intervening pada Klaim Program JHT BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Madiun. Jurnal SIMBA.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumara, N. N., & Sonja, A. (2019). Kreativitas dan Motivasi Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha. Jurnal Bisnis Indonesia.
- Tentang Kami. (2023, July 11). Retrieved from BPJS Ketenagakerjaan: Program Jaminan Sosial Tenaga Kerja: <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/tentang-kami.html>
- Tercatat Pekerja Terdampak Pandemi Covid - 19. (2023, April 3). Retrieved from Satudata Kemnaker: [https://satudata.kemnaker.go.id/data/kumpulan data/55](https://satudata.kemnaker.go.id/data/kumpulan%20data/55)
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset