

The Effect of Service Quality and Word of Mouth on the Decision to Participate in the BPJS Ketenagakerjaan Program in Bojonegoro.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Keikutsertaan Program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro

Natasye Wulan Meilina¹, Sugeng Purwanto^{2*}

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur^{1,2}

natasyawulan23@gmail.com¹, sugengpurwanto.mnj@upnjatim.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

In Bojonegoro, many company employees have not participated in the Bojonegoro Employment BPJS program because the quality of service is not optimal and word of mouth from the public has not provided good information. This study aimed to analyze and determine the effect of service quality and word of mouth on the decision to participate in the Bojonegoro Employment BPJS program. The population in this study amounted to 681,000 participants and The sample in this study amounted to 100 respondents. The method used is Probability Sampling which uses the Simple Random Sampling technique. The sample in this research is 100 respondents. The data analysis method used is Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that service quality and word of mouth can make a good contribution to the decision to participate in the Bojonegoro Employment BPJS program.

Keywords: Service Quality, Word Of Mouth.

ABSTRACT

Di Bojonegoro masih terdapat banyak karyawan yang belum menjadi peserta pada program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro karena kualitas pelayanan yang kurang maksimal dan word of mouth dari masyarakat belum memberi informasi yang baik. Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis dan memahami pengaruh kualitas pelayanan dan word of mouth terhadap keputusan keikutsertaan program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro. Penelitian ini menggunakan data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner dan data sekunder diperoleh dari literatur dan internet. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 681.000 peserta. Metode dari penelitian ini yaitu *Probability Sampling* dimana menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Analisis data pada penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS). Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan mampu meningkatkan keputusan keikutsertaan program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro. *Word Of Mouth* mampu meningkatkan keputusan keikutsertaan program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro.

Keywords: Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth.

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara dengan kurang lebih 17.504 pulau. Hampir seluruh masyarakat di Indonesia yang telah menyelesaikan pendidikan atau telah memasuki usia angkatan kerja pasti memiliki pekerjaan. Seorang tenaga kerja tentu sangat memperhatikan Keselamatan, Kesehatan Kerja (K3) hal ini dikarenakan untuk meminimalisir kecelakaan saat melakukan pekerjaan. dalam Pasal 34 ayat (2) UUD 1945 menjelaskan bahwa "Negara mengembangkan sistem jaminan sosial bagi seluruh rakyat dan memberdayakan masyarakat yang lemah dan tidak mampu sesuai dengan martabat kemanusiaan." Berdasarkan UUD 1945 tersebut bisa diambil kesimpulan pemerintah wajib untuk memberikan jaminan sosial kepada seluruh kalangan masyarakat. Elemen yang cukup berharga untuk dilindungi yaitu para tenaga kerja.

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan merupakan jaminan sosial yang mana dulunya bernama PT. Jamsostek adalah perusahaan yang dikelola oleh negara (BUMN) dan sekarang berubah status menjadi badan hukum publik dibawah naungan presiden. BPJS Ketenagakerjaan memiliki 5 program yaitu Perlindungan Kecelakaan Kerja, Perlindungan Kematian, Perlindungan Hari Tua, Perlindungan Pensiun, Perlindungan Kehilangan Pekerjaan (Kamil et al., 2022). Pengguna BPJS Ketenagakerjaan disebut dengan peserta. Kepesertaan dalam program BPJS Ketenagakerjaan dibagi menjadi 4 yaitu pekerja yang menerima gaji (PU), pekerja yang menerima gaji mandiri (BPU), pekerja konstruksi (JK), pekerja migran Indonesia (PMI). BPJS Ketenagakerjaan wajib bagi semua perusahaan. Pimpinan perusahaan wajib mendaftarkan para karyawannya dalam program BPJS Ketenagakerjaan. Jika ditemui tenaga kerja atau pimpinan perusahaan yang tidak mendaftarkan para karyawannya pada BPJS Ketenagakerjaan alhasil perusahaan tersebut akan dijatuhi hukuman yang berupa denda, sanksi tertulis, sanksi sulitnya mendapat fasilitas publik seperti perizinan usaha, memberi kerja pada tenaga dari luar negeri, mengikuti proyek, dan membuat Persetujuan Bangunan Gedung (PBG) (Sutrisno, 2020).

Kualitas Pelayanan merupakan suatu tolak ukur atau penilaian terhadap semua kebutuhan dan keinginan konsumen. Jika konsumen memperoleh perlakuan baik sehingga tercapai keinginan dan kebutuhannya maka konsumen akan merasa puas sehingga produk atau jasa tersebut akan digunakan secara terus menerus (Purnawan & Suarmanayasa, 2021). Sesuai dengan penelitian dari Arifin & Azhari (2017) jika kualitas layanan berpengaruh baik dan signifikan terhadap keputusan Penggunaan. Sama dengan penelitian dari Amrullah et al., (2016) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai kontribusi yang baik terhadap keputusan Penggunaan.

Word Of Mouth atau perbincangan orang ke orang adalah kegiatan *marketing* yang melibatkan dua orang/sekelompok orang yang saling memberitahu informasi secara langsung ataupun melewati sosial media berdasarkan pengalaman dari pengaplikasian suatu barang atau jasa (Kotler & Keller, 2016). Perbincangan mulut ke mulut sangat berpengaruh sebagai media untuk memasarkan produk secara tidak langsung. Promosi ini dilaksanakan sendiri oleh pembeli/pengguna yaitu memberikan kesan atau bercerita ke orang lain mengenai barang maupun jasa yang telah digunakan (Qomariah, 2020). Bukti dalam penelitian Saputra & Ardani (2020) dimana dinyatakan bahwa variabel *word of mouth* dan kualitas pelayanan mampu menyumbang energi yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan Penggunaan. Sejalan dengan penelitian dari Purnawan & Suarmanayasa (2021) yang mengemukakan bahwa *word of mouth* dan kualitas pelayanan berpengaruh secara baik dan signifikan terhadap keputusan Penggunaan. Hal ini berarti apabila suatu pelayanan perusahaan menyenangkan maka akan menciptakan informasi yang positif bagi seseorang dan seseorang tersebut berpotensi untuk membagikan informasi positif tersebut ke orang lain sehingga orang lain/konsumen menjadi tertarik untuk menggunakan produk atau jasa tersebut.

BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro memiliki penilaian yang positif bagi sebagian orang namun, masih terdapat suatu pernyataan yang kurang baik mengenai BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro. Hal ini dibuktikan dengan ulasan terhadap BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Bojonegoro yang diungkapkan melalui ulasan website BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro. Beberapa ulasan yang diberikan oleh orang yang pernah bertransaksi pada BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro yaitu tentang pelayanan yang kurang memuaskan. Bahkan orang tersebut memberi bintang paling rendah/bintang 1.

Peneliti juga melakukan pra survei, dengan membuat studi awal dengan cara membagikan kuesioner sementara. Kuesioner sementara tersebut berisi pernyataan mengenai BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro yang dijawab oleh 35 peserta. Dari penyebaran kuesioner sementara tersebut dihasilkan data bahwa para pekerja menyatakan bahwa pendaftaran peserta BPJS Ketenagakerjaan cukup mudah, lalu untuk informasi yang di dapatkan dari

peserta lain mengenai BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro tidak cukup baik. Selain itu pelayanan BPJS Ketenagakerjaan secara *offline* maupun *online* belum dirasa cukup baik, dan pengajuan klaim pada BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro dirasa sangat tidak baik. Selain dengan pra survei, peneliti juga melakukan wawancara dengan salah satu ojek *online* yang ada di Bojonegoro yang mana ojek *online* tersebut salah satu peserta BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro. ojek *online* tersebut menyatakan bahwa masih terdapat rekan-rekan kerja yang belum mau gabung dalam program BPJS Ketenagakerjaan. Hal tersebut dikarenakan pengaruh dari rekan lain yang memberikan pernyataan bahwa dirasa program dari BPJS Ketenagakerjaan kurang penting dan tidak berpengaruh dalam kehidupan. Padahal BPJS Ketenagakerjaan sangat penting bagi para tenaga kerja, terlebih pada pekerja ojek *online*, keselamatan harus selalu diutamakan. Selain itu dalam sisi pelayanan secara *online* melalui aplikasi dirasa masih cukup sulit dan kurang lengkap.

Pelayanan yang baik berguna agar peserta yang telah bertransaksi di BPJS Ketenagakerjaan akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain tentang bagaimana proses dan pelayanan dari BPJS Ketenagakerjaan. Ketika orang lain mendengarkan cerita mengenai kemudahan dan pelayanan yang terbaik, maka orang lain akan membuat keputusan keikutsertaan menjadi peserta dari BPJS Ketenagakerjaan. Dari uraian diatas, maksud penelitian ini menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan keikutsertaan program BPJS ketenagakerjaan Bojonegoro.

2. Tinjauan Pustaka

Pemasaran

Pengertian dalam Kotler & Keller (2016) pemasaran merupakan suatu kegiatan sosial membuat, tawar menawar, saling tukar antara satu orang dengan orang atau sekelompok orang lain guna dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan satu sama lain dimana barang tersebut harus mempunyai nilai. Dari pernyataan tersebut berarti pemasaran adalah suatu aktivitas yang saling terhubung antara individu/kelompok dengan individu/kelompok lain dimana seseorang dan sekumpulan orang bisa mendapatkan barang yang diinginkan dan dibutuhkan melalui kegiatan cipta, tawar, tukar barang dimana barang tersebut sama sama mempunyai nilai.

Manajemen Pemasaran

Menurut Sudarsono (2020) arti manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengoordiniran, pelaksanaan, dan pengawasan atau pengendalian suatu aktivitas pemasaran pada perusahaan untuk mencapai keinginan perusahaan dengan cara cepat dan tepat. Pemasaran adalah suatu cara individu maupun kelompok untuk mencari tahu kebutuhan dan keinginan mereka melalui kegiatan membuat, menyediakan, dan bertukar nilai barang maupun jasa orang lain atau dari penjual yang menyediakan barang atau jasa kepada pembeli (Djogo, 2022).

Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono (2012) mengemukakan “kualitas pelayanan merupakan harapan dari konsumen mengenai suatu produk atau jasa yang mana dapat dilihat dan dirasakan dari kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri”. Kunci utama dalam menilai perusahaan ditentukan dengan kualitas pelayanan (Nurdiyanta & Purwanto, 2021). Dari pengertian itu peneliti memberikan kesimpulan bahwa *Service Quality* adalah semua interaksi dari perusahaan kepada pelanggan agar pelanggan merasa senang dan mendapatkan lebih dari yang di ekspektasikan pelanggan (Ramadani, 2019). Ada 5 indikator yang diambil peneliti untuk menimbang kualitas pelayanan menurut Ruth Yanti Djakaria (2017:8) dalam Aulinawan et al.,

(2020) yaitu (1) Berwujud (*Tangible*); (2) Empati (*Empathy*); (3) Keandalan (*Reliability*); (4) Daya tanggap (*Responsiveness*); (5) Jaminan (*Assurance*).

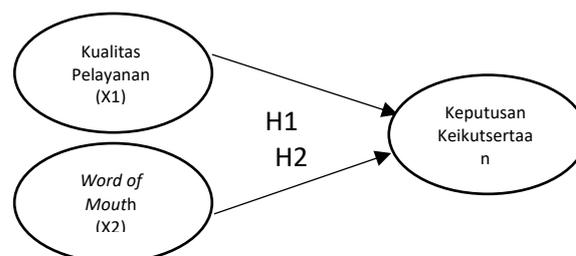
Word Of Mouth

Definisi *Word Of Mouth* atau disingkat WOM merupakan penyebaran fakta tentang barang maupun jasa suatu perusahaan dari mulut satu konsumen ke orang lain. Berdasarkan Kotler & Keller (2016) perbincangan mulut ke mulut merupakan aktivitas *marketing* dengan mengandalkan pembicaraan pengalaman penggunaan barang/jasa dari satu pihak dengan pihak lain pada dunia nyata maupun pada dunia maya. Pembicaraan mulut ke mulut diacuakan sebagai pertukaran gagasan, pemikiran, komentar dari konsumen satu dengan konsumen lain yang semua tidak menjadi sumber pemasaran (Setiyorini et al., 2018). Ada 3 indikator yang diambil peneliti untuk mengukur *Word Of Mouth* menurut Sumardy & Melone (2011) dalam Mustakim (2019) yaitu (1) Membicarakan; (2) Merekomendasikan (3) Mendorong.

Keputusan Keikutsertaan

Variabel keputusan keikutsertaan didalam penelitian ini diekuivalenkan atau disepadankan dengan pengertian keputusan penggunaan. Peter & Olson (2013) menjelaskan bahwa keputusan penggunaan merupakan pemilihan salah satu jenis barang/jasa dengan cara memadukan wawasan produk/jasa yang satu dengan yang lain dan untuk menilai produk/jasa tersebut. Ada 3 indikator yang diambil peneliti untuk mengukur Keputusan Keikutsertaan menurut Kotler & Keller (2016) yaitu (1) Pilihan produk; (2) Pilihan merk; (3) Metode pembayaran.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

H₁: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan keikutsertaan

H₂: Word of mouth memiliki pengaruh positif terhadap keputusan keikutsertaan

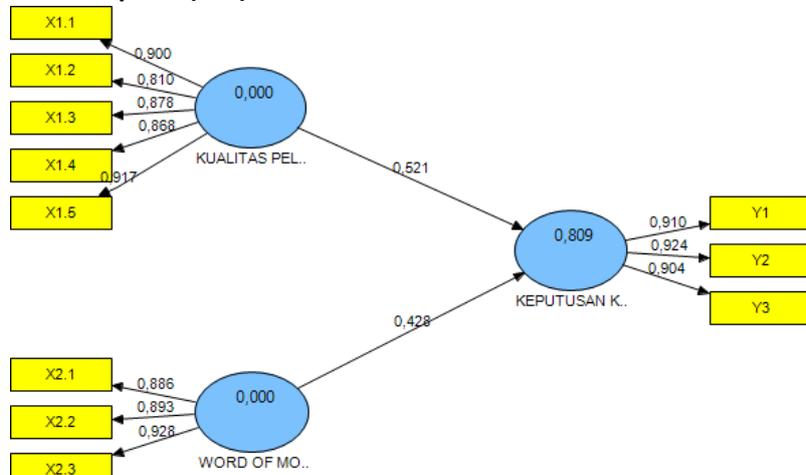
3. Metode Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan jenis dari penelitian ini. Data primer dan data sekunder digunakan untuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini. Peneliti memperoleh data primer dari kuesioner yang telah dikumpulkan oleh peneliti dan yang dijawab oleh peserta BPJS Ketenagakerjaan. Peneliti memperoleh data sekunder dari bacaan, artikel, internet, wawancara peneliti dengan salah satu karyawan dan peserta BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro. Jumlah populasi pada penelitian ini sejumlah 981.000 peserta dan sampel yang digunakan adalah 100 peserta. Dalam penelitian ini peneliti menganalisis data dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) mendasar komponen dengan menggunakan aplikasi analisis *Partial Least Square* (PLS). Metode penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan 100 kuesioner ke peserta BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro.

4. Hasil Dan Pembahasan

Dari gambar 1 Perlu digaris bawah, banyaknya nilai factor loading untuk setiap indikator dapat dilihat diantara variabel dan indikator dan diatas tanda panah, besarnya koefisien jalur (*path coefficients*) juga dapat dilihat yaitu bertempat diatas garis panah antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Selain itu yang masuk tepat didalam lingkaran variabel endogen (variabel Keputusan Keikutsertaan) adalah besarnya nilai *R-Square*.

Analisis Partial Least Square (PLS)



Gambar 2. Gambar Outer Model dengan factor loading, Path Coefficient, R Square

Uji Validitas

Tabel 1. Average Variance Extracted (AVE)

	AVE
KEPUTUSAN KEIKUTSERTAAN (Y)	0,832936
KUALITAS PELAYANAN (X1)	0,766360
WORD OF MOUTH (X2)	0,814055

Sumber : data diolah, 2023

Bentuk penghitungan selanjutnya adalah nilai *Average Variance Extracted (AVE)*, yaitu jumlah menampakkan berapa besar varian indikator yang dimiliki oleh variabel latennya. Jika nilai Konvergen AVE >0,5 menunjukkan validitas yang cukup baik bagi variabel laten. Syarat bentuk yang baik jika jumlah AVE setiap konstruk >0,5. Hasil uji AVE pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) sejumlah 0,766360, variabel Word of Mouth (X2) sejumlah 0,814055, dan Keputusan Keikutsertaan (Y) sejumlah 0,832936, semua variabel dalam penelitian ini memperlihatkan nilai >0,5, jadi secara semua variabel yang ada dalam penelitian ini mempunyai validitas yang bagus.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Composite Reliability

	Composite Reliability
KEPUTUSAN KEIKUTSERTAAN (Y)	0,937327
KUALITAS PELAYANAN (X1)	0,942436
WORD OF MOUTH (X2)	0,929220

Sumber : data diolah, 2023

Mengacu tabel 2 diatas, jumlah *Composite Reliability* digunakan untuk mengukur reliabilitas konstruk. Kestabilan indikator dalam pengukuran variabel laten dan konstruk dikatakan reliabel jika jumlah *Composite Reliability* > 0,70. Hasil uji *Composite Reliability* menunjukkan bahwa variabel X1= 0,942436, variabel X2= 0,929220, dan variabel Y= 0,937327, semua variabel di penelitian ini bisa dibilang reliabel sebab seluruh variabel memperlihatkan angka *Composite Reliability* diatas 0,70.

Latent Variable Correlations

Tabel 3. Latent Variable Correlations

	KEPUTUSAN KEIKUTSERTAAN (Y)	KUALITAS PELAYANAN (X1)	WORD OF MOUTH (Y)
KEPUTUSAN KEIKUTSERTAAN (Y)	1,000000		
KUALITAS PELAYANAN (X1)	0,861088	1,000000	
WORD OF MOUTH (X2)	0,841960	0,793864	1,000000

Sumber : data diolah, 2023

Dalam tabel diatas menunjukan bahwa nilai korelasi antar satu variabel ke variabel yang lain bernilai sedang. Hasil korelasi tertinggi dan terkuat terletak pada variabel Kualitas pelayanan dengan variabel Keputusan Keikutsertaan yaitu sebesar 0,861088. Hal ini juga dapat dinyatakan bahwa dari variabel yang ada pada penelitian ini, variabel Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang mampu mempengaruhi tinggi rendahnya Keputusan Keikutsertaan.

R-Square

Tabel 4. R-Square

	R-Square
KEPUTUSAN KEIKUTSERTAAN (Y)	0,809301
KUALITAS PELAYANAN (X1)	
WORD OF MOUTH (X2)	

Sumber : data diolah, 2023

Nilai $R^2 = 0,809301$. Nilai tersebut bisa didefinisikan model dapat menerangkan variabel Keputusan Keikutsertaan yang dipengaruhi oleh variabel bebas sejumlah 80,93%, sedangkan sisanya yang berjumlah 19,07% diterangkan melalui variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Selain diketahui nilai R^2 , *Goodness of Fit* model penelitian bisa diketahui dari besarnya Q^2 atau uji *stonne-Geisser's* yang digunakan untuk memvalidasi kemampuan model dalam memprediksi. Penghitungannya yaitu $Q^2 = 1 - (1 - 0,809301) = 0,809301$. Berdasarkan penghitungan dari Q^2 dengan hasil 0,809301, Maka untuk memenuhi *predictive relevance/stonne- Geisser's* model penelitian ini bisa digunakan.

Pengujian Hipotesis

Tabel 5. Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)

	Path Coefficients (O)	Sample Mean (M)	Standar Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STERR)	P Values
KUALITAS PELAYANAN (X1) -> KEPUTUSAN KEIKUTSERTAAN (Y)	0,521083	0,524800	0,143214	3,638506	0,000
WORD OF MOUTH (X2) -> KEPUTUSAN KEIKUTSERTAAN (Y)	0,428290	0,423485	0,135275	3,166059	0,002

Sumber : data diolah, 2023

Dari tabel 4 bisa diambil kesimpulan bahwa pendugaan yang mengatakan:

Hipotesis 1: Karena nilai *path coefficients* 0,521083, dan nilai T-statistic 3,638506 atau *P-Value* $0,000 < 0,05$, maka pendugaan sementara atas Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Keikutsertaan Program BPJS Ketenagakerjaan bisa diterima dengan hasil positif Signifikan.

Hipotesis 2: Karena nilai *path coefficients* 0,428290, dan nilai T-statistic 3,166059 atau *P-Value* $0,002 < 0,05$, maka pendugaan sementara atas *Word of Mouth* memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Keikutsertaan Program BPJS Ketenagakerjaan bisa diterima dengan hasil positif Signifikan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Keikutsertaan Program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro

Setelah peneliti menyelesaikan penelitian, dicapai kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan keikutsertaan program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini bisa diterima. Maksudnya semakin baik kualitas pelayanan maka keputusan keikutsertaan masyarakat dalam program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro semakin meningkat. Hasil analisis data menunjukkan bahwa indikator yang paling berpengaruh dalam variabel Kualitas Pelayanan adalah Jaminan (*assurance*) yang berarti keramahan dan pengetahuan karyawan dalam menjalankan tugas serta jaminan kinerja yang baik, akan membuat keputusan keikutsertaan semakin tinggi. Perolehan penelitian yang telah dilakukan peneliti sama halnya dengan penelitian dari Purnawan & Suarmanayasa (2021) yang menyatakan *service quality* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan. Lalu sama halnya dengan survei yang dilaksanakan oleh Saputra & Ardani (2020) menyimpulkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Meningkatnya keputusan penggunaan disebabkan oleh kualitas pelayanan dari perusahaan yang semakin meningkat. Sehingga, bisa diambil kesimpulan kualitas pelayanan adalah aspek penting untuk mempengaruhi keputusan keikutsertaan. Semakin baik perusahaan memberikan kualitas pelayanannya maka semakin meningkat pula keputusan keikutsertaannya.

Pengaruh Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Keikutsertaan Program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro

Setelah peneliti menyelesaikan penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa variabel *Word Of Mouth* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan keikutsertaan program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro. Maka hipotesis dalam penelitian ini bisa diterima. Maksudnya jika bertambah menarik/bagus informasi yang menyebar dari masyarakat satu ke masyarakat lain maka keputusan keikutsertaan masyarakat dalam program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro semakin meningkat. Hasil analisis data menunjukkan bahwa indikator yang paling berpengaruh dalam variabel *Word Of Mouth* adalah mendorong yang artinya dorongan kepada teman atau relasi untuk melakukan transaksi pada BPJS Ketenagakerjaan membuat keputusan keikutsertaan masyarakat semakin tinggi. Saputra & Ardani (2020) juga melakukan penelitian yang sama dan menyatakan perbincangan orang ke orang berpengaruh signifikan positif pada keputusan penggunaan. Selain itu survei dari Wietama & Febriansyah (2021) memperoleh hasil bahwa pembicaraan mulut ke mulut mempunyai dampak baik dan signifikan pada keputusan pembelian. Jadi dapat dijelaskan bahwa semakin banyak orang yang mendapatkan pengalaman menyenangkan dari suatu perusahaan sehingga orang tersebut membicarakan informasi positif kepada orang lain, maka orang lain akan tertarik sehingga semakin tinggi keputusan penggunaan. Jadi, peneliti membuat simpulan bahwa *Word Of Mouth* merupakan aspek berharga dalam memberi pengaruh pada keputusan keikutsertaan.

5. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang diuji menggunakan metode PLS agar dapat menemukan Pengaruh kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan keikutsertaan program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro, maka dapat ditarik kesimpulan. Kualitas Pelayanan mampu meningkatkan keputusan keikutsertaan program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro, semakin baik perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan maka keputusan keikutsertaan program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro akan semakin tinggi. *Word Of Mouth* mampu meningkatkan keputusan keikutsertaan program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro, semakin menarik/bagus informasi yang menyebar dari masyarakat satu ke masyarakat lain maka akan semakin tinggi keputusan keikutsertaan program BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro

Melihat kesimpulan yang telah dijabarkan, peneliti memberikan saran agar tulisan ini bisa sebagai bekal perbandingan saat memutuskan suatu permasalahan, maupun menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya. Saran yang pertama, sebagai badan hukum dibawah naungan Presiden, dan sebagai program yang harus diikuti oleh masyarakat, BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara menambah keramahan kepada peserta, memperbaiki sarana prasarana yang tersedia. Saran kedua, diharapkan BPJS Ketenagakerjaan Bojonegoro untuk terus menciptakan kesan positif dalam benak masyarakat, tidak hanya kesan positif pada masyarakat secara langsung, namun juga kesan positif pada masyarakat di sosial media yang biasa disebut *Electronic Word Of Mouth*. Saran ketiga, peneliti berharap terdapat penelitian lanjutan yang membahas tentang penelitian ini namun menggunakan variabel lain yang belum dicantumkan pada penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Amrullah, P. S., Siburian, S., & ZA, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Arifin, M. Z., & Azhari, P. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Palangka Raya. *Jurnal Al-Qardh*, 5(2), 116–123. <https://doi.org/10.23971/jaq.v2i2.832>
- Aulinawan, A., Setiadi, I. K., & Nobelson. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Word of Mouth, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pegipegi. *PROSEDING BIEMA*, 1(1), 1522–1534.
- Djogo, O. Y. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada Masa Sekarang. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 13(1), 43–47. <https://doi.org/10.56146/khidmatussifa.v2i1.76>
- Kamil, N., Arfan, R., & Puspita, D. (2022). Prosedur Dan Permasalahan Pengklaiman Jaminan Kematian Di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Banda Aceh. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Akuntansi (MEKA)*, 3(1), 413–418.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mustakim, S. A. (2019). Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Brand Awareness Dan Region Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Lesehan Bebek Goreng Asli Gunung Kidul. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*, 5(1), 20–29. <https://doi.org/10.21070/jbmp.v5i1.1893>
- Nurdiyanta, M. F. D., & Purwanto, S. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Belanja Online Bukalapak (Studi Kasus Pada Pelanggan Usia 17-24 Tahun di Kota Tuban). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5(4), 943–950. <https://doi.org/10.58258/jisip.v5i4.2380>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Salemba Empat.

- Purnawan, I. K. A. W., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Di Kota Denpasar. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 217–225. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i2.32054>
- Qomariah, N. (2020). Pengaruh Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Running Korean Street Food Di Mall Plaza Mulia Samarinda. *EJurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 35–45. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i1.3153>
- Ramadani, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone. *IQTISHADEquity Jurnal manajemen*, 1(2), 36–46. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.540>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2596–2620. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Setiyorini, A., Farida, U., & Kristiyana, N. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word of Mouth, Dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 12–17. <https://doi.org/10.24269/iso.v2i2.185>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan Pertama). Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Sutrisno, H. (2020). Pengaruh BPJS Ketenagakerjaan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Tenaga Kerja. *PREPOTIF: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 4(1), 78–84. <https://doi.org/10.31004/prepotif.v4i1.670>
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wietama, W., & Febriansyah. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sabana Fried Chicken. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 77–86.