

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN BAGIAN CUSTOMER SERVICE BPJS KESEHATAN WILAYAH V DENGAN METODE IPA

Panggih Rahardjo¹ - Fatiha Aulia Murti²

Program Studi D3 Manajemen Bisnis Universitas Logistik dan Bisnis Internasional¹

Email : panggihradjo@ulbi.ac.id

Program Studi D3 Manajemen Bisnis Universitas Logistik dan Bisnis Internasional²

Email : fatihaauliamurti@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan bagian customer service BPJS Kesehatan Wilayah V Bandung dan mengetahui tingkat kesesuaian pelayanan bagian customer service BPJS Kesehatan Wilayah V Bandung. Populasi dari penelitian ini yaitu peserta BPJS Kesehatan yang pernah menyampaikan keluhannya di bagian *Customer Service*. Metode yang digunakan dalam penarikan sampel adalah *Non Probability Sampling* dengan jumlah sampel 100 orang. Teknik pengumpulan yang digunakan adalah kuesioner dengan metode *accidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yang di ukur dengan metode *importance-performance analysis*. Hasil penelitian adalah dari hasil analisis deskriptif garis kontinum variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan indikator-indikator dalam dimensi variabel tersebut. garis persentase kontinum yang paling besar terletak pada dimensi *reability* dengan skor 2244 berada di posisi sangat baik. Berdasarkan perhitungan rata-rata tingkat *performance* bernilai 4,50 dan rata-rata tingkat *importance* bernilai 4,40. Sesuai dengan perhitungan tingkat kesesuaian antara *performance* dan *importance* yaitu >100% berarti kualitas layanan yang telah diberikan melebihi expektasi dari pelanggan, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa pelayanan BPJS Kesehatan wilayah V Bandung bagian *customer service* sangat memuaskan.

Kata Kunci: *Customer service, BPJS Kesehatan, importance-performance analysis*

ABSTRACT

This study aims to determine the quality of service for the customer service division of BPJS Kesehatan Region V Bandung and to determine the level of service suitability for the customer service section of BPJS Kesehatan Region V Bandung. The population of this study is BPJS Kesehatan participants who have submitted their complaints in the department Customer Service. The method used in sampling is Non Probability Sampling with a sample of 100 people. The collection technique used is a questionnaire with the method accidental sampling. The data analysis method used is descriptive method with a quantitative approach, which is measured by the method importance-performance analysis. The results of the study are from the results of the descriptive analysis of the continuum line variable service quality shows that most of the respondents strongly agree with the indicators in the variable dimensions. the largest percentage continuum line lies on the dimension reability with a score of 2244 is in a very good position. Based on the calculation of the average level performance worth 4.50 and average level importance worth 4.40. In accordance with the calculation of the suitability level between performance and importance i.e. > 100% means the quality of the service provided exceeds the expectations of the customer, therefore it can be concluded that the BPJS Kesehatan service for region V Bandung is customer service very satisfactory.

Keywords: Customer service, Health BPJS, importance-performance analysis

A. PENDAHULUAN

Pelayanan publik merupakan kewajiban badan publik sebagai penyelenggara pemerintahan. Kepentingan pelayanan publik adalah suatu jalan yang ditempuh untuk memenuhi setiap kebutuhan warga baik dalam bidang barang dan jasa. Kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang wajib untuk diperhatikan badan publik untuk menjalankan fungsinya dalam pemerintahan sebagai pelayanan masyarakat baik untuk perijinan, keterbukaan informasi, layanan pengaduan, serta aspirasi dari masyarakat. Kualitas layanan juga menjadi salah satu faktor penting pembentukan citra positif badan publik di mata masyarakat dan pembentukan dukungan masyarakat terhadap pemerintah.

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial atau BPJS Kesehatan adalah badan usaha milik Negara yang bergerak di bidang jaminan sosial, secara singkat BPJS Kesehatan merupakan lembaga khusus yang bertugas untuk menyelenggarakan jaminan kesehatan dan ketenagakerjaan bagi masyarakat, PNS, serta pegawai swasta. Program ini dimulai pada tahun 2014 melalui dasar hukum Undang – undang Nomor 24, Tahun 2011. Salah satu program yang diadakan oleh BPJS adalah Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). JKN diselenggarakan melalui sistem asuransi, dimana masyarakat wajib membayar iuran dengan jumlah ringan sebagai tabungan untuk biaya perawatannya ketika sakit di masa depan.

BPJS Kesehatan mempunyai visi meningkatkan kualitas layanan kepada peserta melalui layanan terintegrasi berbasis teknologi informasi. Untuk menciptakan pelayanan bermutu, maka hal pertama yang harus dilakukan adalah dengan mengetahui seberapa besar tingkat kualitas layanan yang sudah diberikan. Bidang jasa menunjukkan bahwa kualitas merupakan penentu utama dari pangsa pasar dan laba atas investasi, serta pengurangan biaya. Kualitas layanan ini sangat penting, tidak hanya untuk "masalah yang berkaitan dengan kompetisi" tetapi juga untuk meningkatkan rasionalisasi, restrukturisasi, dan tuntutan akuntabilitas pelayanan publik.

Dalam suatu pelayanan terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, antara lain: *Tangible* yaitu meliputi fisik, perlengkapan, sarana komunikasi, dan penampilan perorangan. *Reliability* yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan yang akurat dan memuaskan. *Responsiveness* yaitu keinginan para pegawai dalam membantu para pelanggan dengan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. *Assurance* yaitu mencakup kemampuan, kesopanan, etika, dapat dipercaya dan keyakinan pelanggan, dan *Empathy* yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, kepedulian akan kemampuan pegawai dan perhatian individu, menurut Parasuraman *et.all* dalam (Yanto & Ramadhona, 2022)

Customer service adalah salah satu bentuk pelayanan yang disediakan oleh BPJS Kesehatan Wilayah V Bandung untuk berinteraksi langsung dengan peserta BPJS Kesehatan dengan baik mengenai kebutuhan informasi terkait pelayanan BPJS Kesehatan, atau menyampaikan keluhan terkait produk dan layanan BPJS Kesehatan yang akan dijelaskan oleh petugas *Customer Service*.

Customer Service dituntut untuk selalu berhubungan dengan semua peserta BPJS Kesehatan. Memberikan pelayanan yang memuaskan kepada peserta dengan cara memberikan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan peserta serta menjaga hubungan agar tetap baik dengan peserta. Karena menjaga hubungan baik dengan peserta sama dengan menjaga image atau citra perusahaan. Oleh karena itu *customer service* memiliki peran penting dalam perusahaan dan dituntut harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat serta memiliki komunikasi yang baik.

Dalam menunjang analisis *servqual* terdapat metode lain yang digunakan biasa disebut, sebagai *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode ini merupakan suatu kerangka kerja sederhana untuk menganalisis atribut-atribut produk atau jasa. Metode IPA bertujuan untuk menerjemahkan apa yang diinginkan oleh pelanggan diukur dalam kaitannya dengan apa yang harus dilakukan oleh tiap

perusahaan agar menghasilkan produk atau layanan jasa yang berkualitas, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, menurut Suprpto dalam (Muhdjatadiansyah, 2020)

Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan pelanggan serta menilai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan tersebut, maka dari itu penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) untuk mengukur kesenjangan antara kinerja dan harapan. Penggunaan metode ini dinilai sebagai metode yang cukup efektif dan mudah dimengerti untuk mendapatkan hasil yang optimal dalam menganalisis kualitas pelayanan bagian *customer service* BPJS Kesehatan kota Bandung.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan seluruh ciri suatu produk yang berpengaruh kepada kemampuan untuk memuaskan yang dinyatakan atau yang tersirat menurut Kotler dalam (Insani & Satiyariski, 2020). Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu pelayanan yang diberikan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan yang sesuai dengan mereka harapkan dan butuhkan. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dirasakan (*perceived service*) (Andriani dan Kristiutami, 2018). Menurut Tjiptono (Widyana & Gradiza, 2022) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Pada umumnya pelanggan akan menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dalam banyak sekali dimensi penilaian yaitu *tangible, reliability, responsiveness, competence, courtesy, credibility, security, access, communication*, dan *undersstanding the customer*. Dari sepuluh dimensi tersebut dikelompokkan menjadi lima dimensi

utama, yaitu dimensi *reliability, tangibles, responsiveness, assurance*, dan *empathy* menurut Parasuraman *et.all* dalam (Sholihin, 2019) mengemukakan bahwa pada dasarnya terdapat lima dimensi yang digunakan untuk menilai kualitas pelayanan yaitu :

- a. Bukti langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c. Data tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- e. Empati (*Empathy*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2. Customer Service

Menurut Levy dan Weitz (Kurnia, 2020) *customer service* adalah serangkaian kegiatan dan program yang dilakukan oleh retailer untuk membuat pengalaman belanja lebih bermanfaat bagi para konsumen mereka. Menurut Kasmir (2019) *Customer service* yaitu setiap kegiatan yang diperntukkan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Kasmir (2018) *customer service* itu melayani segala keperluan atau kegiatan yang berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan nasabah dengan menyelesaikan setiap permasalahan yang ada secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dan akan dihadapi masalah.

Menurutnya *customer service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan setiap masalah yang dihadapi konsumennya. Secara umum disimpulkan pengertian *customer service* adalah seseorang yang ditugaskan untuk memberikan pelayanan agar konsumen sudah dilayani ketika sedang dihadapi masalah.

3. Importance Performance Analysis (IPA)

Importance – performeance analysis adalah teknik yang digunakan untuk menentukan hubungan antara persepsi pelanggan dan peningkatan kualitas produk atau layanan pada suatu perusahaan. Metode ini pertama kali diperkenalkan oleh Martila dan James pada tahun 1977. Fungsi dari proses ini adalah untuk memberikan informasi tentang faktor-faktor layanan yang diyakini pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan mereka, dan faktor-faktor layanan yang perlu ditingkatkan karena dirasa belum dapat memuaskan pelanggan. Secara konseptual, metode ini merupakan multi atribut dengan kombinasi dari pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam kuadran untuk mendapatkan dan menentukan usulan. Terdapat 4 kuadran pada *importance-performance analysis*. (Arsana, 2023)

Keterangan :

a. Kuadran I

Pada kuadran ini berisi atribut atau pernyataan yang dianggap penting oleh pelanggan, namun pada kenyataannya atribut ini tidak memenuhi harapan pelanggan. Atribut yang terdapat pada kuadran ini perlu ditingkatkan lagi untuk memuaskan pelanggan.

b. Kuadran II

pada atribut atau pernyataan tersebut memiliki tingkat harapan yang tinggi. Selain itu juga dianggap sangat penting dan diharapkan untuk dapat dipertahankan.

c. Kuadran III

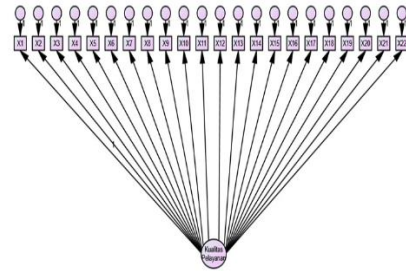
Pada kuadran ini, atribut atau pernyataan tersebut dianggap kurang penting bagi pelanggan dan kinerjanya biasa saja. Perbaikan yang akan di lakukan pada atribut ini perlu ditinjau kembali dengan mempertimbangkan dampak yang signifikan

atau kecil terhadap kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

d. Kuadran IV

Pada kuadran ini, atribut atau pernyataan tersebut tidak dianggap penting oleh pelanggan namun kinerjanya yang dianggap berlebihan oleh pelanggan.

4. Kerangka Pemikiran



C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan di ukur dengan metode *importance-performance analysis* (IPA) yang menganalisis kualitas pelayanan bagian *customer service* di BPJS Kesehatan wilayah V Bandung.

Populasi dalam penelitian ini adalah peserta BPJS Kesehatan Wilayah V Bandung yang tidak diketahui jumlahnya.

Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*. Yaitu pemilihan sampel dengan metode non probabilitas atau secara tidak acak. Teknik pengambilan sampel pada penelitian dengan teknik *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono dalam (Afifi,2020) *Accidental Sampling* menurut teknik menentukan sampel berdasarkan kebutuhan yakni responden yang tidak sengaja bertemu pada peneliti yang diterapkan menjadi sampel dan jika dinilai seseorang tersebut sesuai menjadi sumber data menurut (Hair, et al., 2019). menyatakan bahwa analisis faktor eksploratori tidak dapat dilakukan jika sampel kurang dari 50 sedangkan analisis regresi linear sederhana membutuhkan setidaknya 50 sampel dan umumnya 100 sampel untuk sebagian besar situasi penelitian. Maka pada penelitian ini

menggunakan sampel pendapat ahli sehingga menggunakan 100 sampe.

Penelitian itu dikatakan valid jikai alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) tersebut valid. Valid berarti pengguna/pelanggan tersebut dapat digunakan untuk mengukur yang seharusnya diukur. Jika korelasi masing-masing faktor tersebut positif dan nilainya $> 0,30$ ke atas, maka faktor tersebut dapat dikatakan konstruk kuat menurut Sugiyono dalam (Wirakanda & Putri, 2020)Jadi, berdasarkan analisis faktor itu disimpulkan bahwa instrument tersebut memiliki validitas konstruksi yang baik dengan rumus product moment dengan bantuan SPSS.

Instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid, kemudian melakukan uji reliabilitas terhadap instrumen-instrumen penelitian yang mencakup variabel yang diteliti dengan mengambil hasil jawaban dari responden yang dianggap valid. Uji Reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Penelitian uji reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan SPSS. Uji reliabilitas yang diperoleh dikonsultasikan dengan rtabel product moment dengan taraf signifikan 6% atau 0,60. Jika alpha positif atau lebih besar dari rtabel maka pernyataan dinyatakan reliable. Jika r alpha *negative* atau lebih kecil dari rtabel makapernyataan dinyatakan tidak reliable.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas menunjukkan sejauh mana keakuratan suatu alat pengukur dan mengukur apa yang diukur. Valid berarti pelanggan tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukuran validitas ini dilakukan untuk menguji apakah tiap-tiap butir pernyataan telah mewakili dimensi atau indikator-indikator yang diteliti. Hasil uji validitas terhadap instrumen variabel kualitas pelayanan, yaitu:

Tabel 1 Validitas

	Item-Total Statistics			Cronbach's Alpha if Item Deleted
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	
X01	187,2500	395,935	,583	,751
X02	187,4375	395,609	,562	,751
X03	187,2500	387,290	,814	,744
X04	187,2188	393,725	,669	,749
X05	187,2188	387,080	,766	,744
X06	187,3438	390,684	,628	,747
X07	187,4063	395,152	,617	,750
X08	187,2188	393,789	,614	,749
X09	187,3125	393,060	,664	,749
X10	187,2500	387,742	,748	,745
X11	187,1563	391,104	,771	,747
X12	187,4375	390,964	,649	,747
X13	187,2813	393,886	,678	,749
X14	187,2500	389,097	,747	,746
X15	187,2500	389,290	,694	,746
X16	187,2500	398,774	,464	,753
X17	187,4375	388,577	,691	,746
X18	187,3438	391,975	,665	,748
X19	187,2188	391,209	,714	,747
X20	187,0938	396,668	,595	,751
X21	187,1875	394,738	,623	,750
X22	187,1250	392,758	,701	,748
TOTAL	95,8125	102,609	1,000	,946

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran terhadap aspek yang sama atau disebut juga internal. Berdasarkan data dari beberapa pernyataan yang dinyatakan valid, kemudian dihitung koefisien reliabilitas instrumen penelitian dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan computer program SPSS.

Tabel 2 Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,759	23

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Selanjutnya dari hasil analisis data penelitian yang bersumber sebanyak 100 sampel untuk gap analisis antara kinerja pelayanan yang diberikan perusahaan dengan harapan atau kepentingan peserta dapat dilihat pada tabel gap antara performance dan importance kualitas pelayanan dibawah ini:

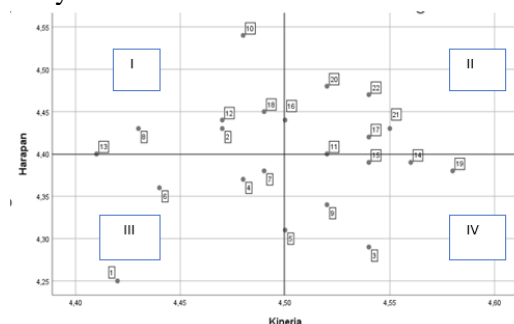
Tabel 3 Gap Analysis

Indikator	Performance	Importance	GAP
X1	4,42	4,25	0,17
X2	4,47	4,43	0,04
X3	4,54	4,29	0,25
X4	4,48	4,37	0,11
X5	4,5	4,31	0,19
X6	4,44	4,36	0,08
X7	4,49	4,38	0,11
X8	4,43	4,43	0
X9	4,52	4,34	0,18
X10	4,48	4,54	-0,06
X11	4,52	4,4	0,12
X12	4,47	4,44	0,03
X13	4,41	4,4	0,01
X14	4,56	4,39	0,17
X15	4,54	4,39	0,15
X16	4,5	4,44	0,06
X17	4,54	4,42	0,12
X18	4,49	4,45	0,04
X19	4,58	4,38	0,2
X20	4,52	4,48	0,04
X21	4,55	4,43	0,12
X22	4,54	4,47	0,07
Total	98,99	96,79	2,2
Rata-rata	4,50	4,40	

Sumber : Hasil Pengelolaan Data Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai *performance* dan *importance* berada pada nilai 4,50 dan 4,40 hal ini berarti kinerja pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan harapan peserta, dengan demikian maka jika didekatkan pada teori *gap analisis* menurut Parasuraman (Safrizal & Aldanisa, 2019), berarti peserta sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan.

Diagram Kartesius (*Cartesian Chart*) Untuk mengetahui skala prioritas pelayanan berdasarkan *metode Importance-Performance Analysis*, maka selanjutnya disusun diagram kartesius yang berisi 4 kuadran yaitu:



Tabel 4 Diagram Kartesius

Keterangan :

Kuadran I :Prioritas Tinggi, yaitu indikator nomor 2 (*tangible*) yaitu ruang tunggu dan ruang pendaftaran yang nyaman, indikator nomor 8 (*emphaty*)

karyawan yang sungguh-sungguh dalam mengutamakan kepentingan peserta, indikator nomor 10 (*reliability*) menyediakan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, indikator 12 (*reliability*) menyampaikan informasi yang benar terhadap peserta, indikator nomor 13 (*reliability*) menyampaikan pelayanan kepada peserta sesuai waktu yang diinginkan dan indikator nomor 18 (*responsiveness*) karyawan bertanggung jawab atas keluhan peserta. Prioritas Tinggi, artinya indikator-indikator pelayanan yang nilai rata-ratanya masuk dalam kuadran I menjadi prioritas pertama untuk diperbaiki.

Kuadran II : Pertahankan Kinerja, artinya indikator-indikator pelayanan yang nilai rata-ratanya masuk dalam kuadran II harus dipertahankan, karena kinerjanya sudah baik. Kuadran II diisi dengan indikator nomor 11 (*reliability*) Memberikan perhatian yang dapat diandalkan oleh peserta, indikator nomor 16 (*responsiveness*) Memberikan pengarahannya dengan bijaksana dan sebaik-baiknya kepada setiap peserta, indikator nomor 17 (*responsiveness*) Karyawan melayani dan mengarahkan peserta ketika menghadapi permasalahan, indikator 20 (*assurance*) Apakah merasa aman saat melakukan konsultasi layanan, indikator 21 (*assurance*) Karyawan berlaku sopan kepada para peserta secara konsisten dan indikator 22 (*assurance*) Apakah karyawan mampu menjawab pertanyaan peserta.

Kuadran III : Prioritas Rendah, artinya indikator-indikator pelayanan yang nilai rata-ratanya masuk dalam kuadran III menjadi prioritas rendah untuk diperbaiki. Kuadran 3 di isi dengan indikator nomor 1 (*tangible*) peralatan perusahaan terlihat modern, indikator nomor 4 (*tangible*) Apakah pelayanan jasa yang disediakan sesuai dengan keinginan peserta, indikator nomor 6 (*emphaty*) Waktu operasional atau jam buka kantor sesuai dengan keinginan peserta dan indikator nomor 7 (*emphaty*) Karyawan memberikan perhatian penuh terhadap peserta.

Kuadran IV : Berlebihan artinya indikator-indikator pelayanan yang nilai rata-ratanya masuk dalam kuadran IV menunjukkan bahwa indikator pelayanan dimaksud dianggap oleh konsumen tidak diperlukan atau berlebihan. Kuadran 4 di isi dengan indikator nomor 5 (*reliability*) Apakah diberikan perhatian secara individual, indikator 3 (*tangible*) Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional, indikator nomor 14 (*responsiveness*) Menyimpan catatan atau dokumen tanpa kesalahan, indikator nomor 15 (*responsiveness*) Karyawan melayani dan menanggapi peserta dengan cepat dan tanggap dan indikator nomor 19 (*assurance*) Karyawan memiliki sikap yang menumbuhkan rasa percaya kepada peserta..

E. KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa penilaian peserta untuk dimensi kualitas pelayanan baik berdasarkan uji analisis statistik deskriptif maupun pengkategorian nilai rentang skor yang dimiliki BPJS Kesehatan wilayah V Bandung bagian *custome service* sangat baik, Dari beberapa pengukuran kualitas pelayanan, peserta BPJS Kesehatan sebagian besar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai BPJS Kesehatan bagian *Customer service* dalam menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap keluhan peserta dan selalu tepat dalam menyampaikan informasi tentang masalah yang dialami peserta karena salah satu jaminan layanan yang diberikan BPJS Kesehatan selain aman dan terpercaya yaitu nyaman.

Sesuai dengan perhitungan tingkat kesesuaian antara *performance* dan *importance* yaitu melebihi seratus persen yang mempunyai arti tingkat kesesuaian, berarti kualitas layanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh pelanggan pelayanan sangat memuaskan.

F. REFERENSI

- Arsana, Crintian Adi. 2023. "perbaikan kualitas pelayanan menggunakan performance-performance analysis." Diakses Juli 21, 2023. file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/180609640_Bab%202.pdf.
- Hair, Joseph F, William C, Babin, Barry J, Anderson, dan Rolph E. 2019. *Multivariate Data Analysis*. Annabel Ainscow. Diakses Juli 30, 2023.
- Insani, dan Satiyariski. 2020.
- Kurnia. 2020.
- Muhdijatadiansyah, Djastian. 2020. "Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality dan Pendekatan Importance Performance Analisis (IPA)." Progam Studi Teknik Industri, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Diakses Juli 27, 2023. file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/14522424%20Djastian%20Muhtadiansyah.pdf.
- Safrizal, dan Novicara Aldanisa. 2019. "Analisi Kualitas Pelayanan Pada RSU Kota Langsa Dengan Pendekatan Service Quality.." *Jurnal Transaksi* 11. Diakses Juli 27,2023. <https://mx2.atmajaya.ac.id/index.php/transaksi/article/view/1110/580>.
- Santoso, Singgih. 2016. *Panduan lengkap SPSS versi 23*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sholihin. 2019.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widyana, dan Gradiza. 2022. "analisis kepuasan pelanggan jasa bus damri melalui kualitas pelayanan (Studi Pada Pool Damri Kebon Kawung Trayek Bandung-Lampung)." *jurnal bisnis dan pemasaran*.
- Wirakanda, Gugum Gumilang, dan Indri Syafira Putri. 2020. "analisis penanganan keluhan pelanggan (Studi di Kantor POS Bandung 40000)." *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 10. Diakses Juli 30, 2023.

file:///C:/Users/LENOVO/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/7FMUG2L1/dimensi_1[1].pdf.

Yanto, Rachmat Tri Yuli, dan Ramadhona. 2022. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengiriman Paket Terhadap Kepuasan Pelanggan PT POS Indonesia (PERSERO)." *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 12. Diakses Juli 28, 2023. <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/pro-mark/article/view/2123/947>.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (4 ed.). C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).

Velicia, 2022. Jasa Pengiriman Tetap Berpeluang Tumbuh Di Triwulan IV. Jakarta: Kompas. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/11/14/jasa-pengiriman-tetap-berpeluang-tumbuh-di-triwulan-iv> diakses pada tanggal 5 Januari 2023.

Zeithaml, Valarie A., And Mary Jo Bitner. (2000). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*, Second Edition. New York, NJ: Mc Graw-Hill Companies Inc.