

## ABSTRAK

### **JESSICCA SARMA JEAN BUTAR BUTAR. Analisis *Service Quality*, *Perceived Value* dan *Relationship Marketing* Terhadap Kepuasan Peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota.**

Peningkatan jumlah tenaga kerja di Indonesia, yang mencapai 140 juta pada tahun 2023, menekankan pentingnya perlindungan sosial melalui BPJS Ketenagakerjaan untuk mengatasi risiko sosial ekonomi yang dihadapi pekerja, baik formal maupun non-formal. Program ini bertujuan memberikan jaminan terhadap berbagai risiko seperti kecelakaan kerja dan kematian. Namun, BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota mengalami penurunan signifikan jumlah peserta selama periode 2021-2022, dengan penurunan lebih dari 50 ribu peserta pada triwulan terakhir. Penurunan ini diduga dipengaruhi oleh tingkat kepuasan peserta, yang berkaitan dengan kualitas layanan (*service quality*), nilai yang dirasakan (*perceived value*), dan pemasaran hubungan (*relationship marketing*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap kepuasan peserta BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal, melibatkan 100 responden peserta aktif BPJS Ketenagakerjaan. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang dirancang untuk mengukur variabel kualitas layanan, nilai yang dirasakan, dan pemasaran hubungan. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa *service quality*, *perceived value*, dan *relationship marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan dalam kualitas layanan, pemahaman peserta mengenai nilai yang diberikan, serta hubungan yang baik antara peserta dan BPJS, sangat penting untuk meningkatkan kepuasan peserta. Rekomendasi dari penelitian ini memberikan kontribusi bagi BPJS Ketenagakerjaan dalam merumuskan strategi peningkatan pelayanan untuk memperbaiki dan mempertahankan kepuasan peserta.

**Kata Kunci:** *Service Quality*, *Perceived Value*, *Relationship Marketing*, Kepuasan Peserta, BPJS Ketenagakerjaan.

## ABSTRACT

**JESSICCA SARMA JEAN BUTAR BUTAR. *Analysis of Service Quality, Perceived Value and Relationship Marketing on Participant Satisfaction BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Kota.***

*The increase in Indonesia's workforce, which reached 140 million in 2023, highlights the importance of social protection through BPJS Ketenagakerjaan to mitigate the socio-economic risks faced by both formal and informal workers. This program aims to provide coverage for risks such as work accidents and death. However, BPJS Ketenagakerjaan Medan City Branch experienced a significant decline in participants during the 2021-2022 period, with a drop of over 50,000 participants in the final quarter. This decline is suspected to be linked to participant satisfaction, which is influenced by service quality, perceived value, and relationship marketing. This study aims to analyze the impact of these three factors on the satisfaction of BPJS Ketenagakerjaan participants at the Medan City Branch. The study employed a quantitative approach with a causal associative design, involving 100 respondents who are active participants of BPJS Ketenagakerjaan. Data were collected through closed-ended questionnaires designed to measure the variables of service quality, perceived value, and relationship marketing. The statistical analysis results showed that service quality, perceived value, and relationship marketing have a positive and significant impact on participant satisfaction, both partially and simultaneously. These findings suggest that improvements in service quality, participants' understanding of the value provided, and a good relationship between participants and BPJS are crucial to enhancing participant satisfaction. The recommendations from this study provide valuable insights for BPJS Ketenagakerjaan in formulating strategies to improve service quality and maintain participant satisfaction.*

**Keywords:** *Service Quality, Perceived Value, Relationship Marketing, Participant Satisfaction, BPJS Ketenagakerjaan.*