ABSTRAKSI

MAYA SUSANTI: *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Produk Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Loyalitas (Attitudinal Loyalty) Peserta*. Tesis. Yogyakarta: Program Pascasarjana, Universitas Islam Indonesia, 2015.

Sikap loyalitas konsumen terhadap suatu jasa mempunyai hubungan yang erat dengan tingkat kepuasan konsumen sebagai pengguna. Dimana sikap loyal dipengaruhi langsung oleh kepuasan maupun ketidakpuasan konsumen dengan jangka waktu jasa pelayanan dalam kurun waktu tertentu.

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) merupakan lembaga penyelenggara jaminan sosial sehingga dengan adanya jaminan sosial, risiko keuangan yang dihadapi seseorang, baik itu karena memasuki usia produktif, mengalami sakit, mengalami kecelakaan, dan bahkan kematian, akan diambil alih oleh lembaga yang menyelenggarakan jaminan sosial. Lebih lanjut BPJS kesehatan berfungsi menyelenggarakan jaminan kesehatan yang berdasarkan pada prinsip asuransi sosial dan ekuitas.

Penelitian dengan responden Peserta BPJS Kesehatan sejumlah 200 orang ini menguji Pengaruh persepsi kualitas pelayanan, pengetahuan produk dan kepercayaan terhadap sikap loyalitas (*attitudinal loyalty)* Peserta. Temuan empris menunjukkan Persepsi kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan peserta. Pengaruh menujukkan bahwa adanya persepsi kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan peserta. Kemudian variabel pengetahuan produk akan berpngaruh positif terhadap komitmen afektif. Adanya pengetahuan produk terhadap BPJS Kesehatan maka akan meningkatkan tingkat komitmen afektif peserta. Berbanding terbalik kepercayaan peserta dimana memberikan pengaruh terhadap komitmen afektif. Akan tetapi akan berdampak tingginya tingkat kepercayaan peserta akan menurunkan tingkat komitmen afektif peserta. Selanjutnya, kepuasan peserta berpengaruh positif terhadap sikap loyalitas. Adanya peningkatan kepuasan maka akan meningkatkan loyalitas peserta.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, pengetahuan produk, kepercayaan, sikap loyalitas

ABSTRACT

MAYA SUSANTI : *Influence Perception of Service Quality, Product Knowledge and trust systems Attitude Loyalty (Attitudinal Loyalty) participants. Thesis. Yogyakarta:* Program Pascasarjana, Universitas Islam Indonesia, 2015.

Consumer loyalty toward a service has a close relation with the consumer's level of satisfaction as a user. The attitude wherein the loyalty is influenced by the consumer's satisfaction as well as dissatisfaction with the time of service within a certain period of time.

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) is a social security agency so that with this system, the financial risk that is faced by a person, either in a productive age, sick, accident, or even death, will be taken over by the social security agency. Furthermore, BPJS functionates to organize health insurance based on the principle of social insurance and equity.

A research with 200 respondents of Peserta BPJS Kesehatan examines the influence of perception toward the service quality, product awareness, and trust toward the member's loyalty (*attitudinal loyalty*). Emprical findings show that perception toward the service quality has possitive effect to the member's satisfaction. Influence shows that the perception of service quality will icrease the level of satisfaction. Then, the variable of product awareness will influence effective commitment in a good way. Product awareness for BPJS Kesehatan will increase effective commitment. Inversely, the member's trust will influence the effective commitment. But, the high impact toward the trust will decrease the effective commitment in the amount. Next, member's satisfaction takes possitive effect toward the loyalty. The increasing level of satisfaction will rise loyalty.

Key word : Quality of Service, product knowledge, trust, attitude loyalty