

ABSTRAK

BPJS Kesehatan sebagai pemberi Jaminan Kesehatan di Indonesia sudah selayaknya meningkatkan usaha usaha pelayanan guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Terutama dalam persaingan dalam industri asuransi dari waktu ke waktu yang semakin kompetitif. Salah satu langkah yang bisa ditempuh adalah melalui peningkatan *Customer Relationship Marketing* yang diharapkan mampu menambah kepuasan peserta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel *Customer Relationship Marketing*, terhadap Loyalitas peserta melalui Kepuasan Peserta Badan Usaha BPJS Kesehatan Kota Jambi. Sampel yang digunakan adalah 100 PIC dari Badan Usaha yang terdaftar di BPJS Kesehatan Kota Jambi. Alat analisis yang digunakan adalah SEM PLS. Hasil penelitian menemukan bahwa *Customer Relationship Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Peserta, *Customer Relationship Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Peserta, Kepuasan Peserta berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Peserta dan *Customer Relationship Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Peserta yang dimediasi oleh Kepuasan Peserta. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat direkomendasikan bahwa pihak BPJS Kesehatan agar dapat mempertahankan dan mengembangkan lagi *Customer Relationship Marketing* mereka. Sehingga kepuasan dan loyalitas peserta dapat ditingkatkan.

Kata Kunci : *Customer Relationship Marketing*, Loyalitas Peserta, Kepuasan Peserta, BPJS Kesehatan

ABSTRACT

BPJS Health as a provider of Health Insurance in Indonesia should increase service business efforts to increase customer loyalty. Especially in the competition in the insurance industry from time to time which is increasingly competitive. One of the steps that can be taken is through increasing Customer Relationship Marketing which is expected to increase participant satisfaction. This study aims to analyze the effect of the variable Customer Relationship Marketing, on participant loyalty through the satisfaction of BPJS Health Business Entity Participants in Jambi City. The sample used was 100 PICs from business entities registered with BPJS Kesehatan Jambi City. The analytical tool used is SEM PLS. The results of the study found that Customer Relationship Marketing had a positive and significant effect on Participant Satisfaction, Based on the results of this study, it can be recommended that BPJS Health can maintain and develop their Customer Relationship Marketing again. So that the satisfaction and loyalty of participants can be increased.

Keywords: Customer Relationship Marketing, Participant Loyalty, Participant Satisfaction, BPJS Health