



## EKSPLORASI LOYALITAS PELANGGAN PADA KEPESERTAAN BPU DI BPJS KETENAGAKERJAAN: DAMPAK *CONTINUANCE INTENTION* DAN PEMBAYARAN DIGITAL

I Gusti Ngurah Agung Gde Putra Nandika<sup>1</sup> I Gede Sanica<sup>2</sup> Dewa Ayu Putu Adhiya Garini Putri<sup>3</sup>

### Article history:

Submitted: 27 Juni 2024

Revised: 15 Oktober 2024

Accepted: 30 November 2024

### Keywords:

*Continuance Intention;*

*Digital Payment;*

*Experience;*

*Loyalty;*

### Abstract

*This study investigates the mediating effect of customer loyalty on the relationships between digital payment methods, customer experience, transaction security, and continuance intention in the context of membership fee payments at a BPJamsostek branch in Denpasar, Bali. Employing Structural Equation Modeling (SEM) with Partial Least Squares (PLS), the research examines three independent variables: digital payment methods, customer experience, and transaction security. Customer loyalty serves as the mediating variable, with continuance intention being the dependent variable. The analysis reveals a significant positive impact of digital payment methods on both continuance intention (the intention to continue using the service) and customer loyalty. However, customer experience exhibits a positive but non-significant influence on these factors. Conversely, transaction security demonstrates a significant positive influence on both continuance intention and customer loyalty. Interestingly, customer loyalty does not mediate the relationship between customer experience and continuance intention. In contrast, transaction security mediates its influence on continuance intention within the membership fee payment scheme. Future research could extend this work by exploring different independent variables or incorporating additional factors, such as user satisfaction or expectations, into the model.*

### Kata Kunci:

Intensi Keberlanjutan;

Pembayaran Digital;

Pengalaman;

Loyalitas;

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris bahwa *customer loyalty* merupakan faktor yang memediasi variabel *digital payment*, *customer experience* dan *transaction security* terhadap *continuance intention*. Dalam melakukan analisis, penelitian ini menggunakan SEM PLS dengan 3 variabel bebas yaitu *digital payment*, *customer experience*, dan *continuance intention*. Sedangkan variabel *customer loyalty* menjadi variabel mediasi dan *continuance intention* menjadi variabel terikat. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa variabel *digital payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* (niat untuk terus menggunakan) dan loyalitas pelanggan dalam pembayaran iuran di BPJamsostek cabang Bali Denpasar. Di sisi lain, pengalaman pelanggan (*customer experience*) juga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap niat untuk terus menggunakan dan loyalitas pelanggan. Sementara itu, keamanan transaksi (*transaction security*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* dan loyalitas pelanggan di cabang Bali Denpasar. Namun, loyalitas pelanggan tidak mampu memediasi pengaruh pengalaman pelanggan terhadap niat untuk terus menggunakan. Sebaliknya, keamanan transaksi dapat memediasi pengaruhnya terhadap niat untuk terus menggunakan dalam skema pembayaran kepesertaan di cabang Bali Denpasar. Penelitian ini selanjutnya bisa dikembangkan dengan memodifikasi variabel bebasnya dengan variabel baru seperti kepuasan pengguna layanan ataupun ekspektasi pengguna.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Nasional, Bali, Indonesia<sup>2</sup>

Email: [gede\\_sanica@yahoo.com](mailto:gede_sanica@yahoo.com)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Nasional, Bali, Indonesia<sup>3</sup>

Email: [adhiyagariniputri@undiknas.ac.id](mailto:adhiyagariniputri@undiknas.ac.id)

## PENDAHULUAN

Dalam perkembangan transaksi modern, pembayaran digital merupakan salah satu alternatif transaksi yang memudahkan seseorang untuk melakukan pembayaran. Kemunculan berbagai platform digital, membuat *digital payment* semakin berkembang pesat dan berpotensi memberikan socio-economic impact bagi masyarakat luas karena transaksi menjadi lebih efisien (Khando & Islam, 2023). Hal ini semakin diperkuat dengan adanya program Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) yang dicanangkan oleh Bank Indonesia sejak 14 Agustus 2014 yang mendukung digitalisasi perbankan sebagai lembaga utama dalam ekonomi-keuangan digital, baik melalui *open-banking* maupun pemanfaatan teknologi digital dan data dalam bisnis keuangan (Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018, 2018; Ufi, 2020).

*Digital payment* menjadi salah satu poin penting dalam kemajuan teknologi yang berdampak dalam strategi pemasaran suatu produk (Karim et al., 2022; Lin et al., 2019; Zhang et al., 2019). Berbagai perusahaan baik instansi negeri atau swasta berinovasi dalam meningkatkan kemudahan akses bagi masyarakat salah satunya dengan mengaplikasikan penggunaan pembayaran digital dalam produk perbankan atau asuransi (Affandi et al., 2024). Salah satu perusahaan yang mendukung inovasi terhadap pembayaran digital adalah Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan (BPJamsostek)(Ketenagakerjaan, 2022). BPJamsostek merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pemberian jaminan sosial bagi tenaga kerja di seluruh Indonesia. Selain untuk memberikan pengalaman transaksi yang baik, hal ini juga dilakukan sebagai perwujudan rasa aman bagi pekerja di Indonesia dengan 4 produk utama yang melindungi tenaga kerja secara terpercaya dan berkelanjutan. Berdasarkan tabel 1, hingga Desember 2023 terdapat 901.912 unit perusahaan yang menjadi peserta aktif pada BPJS Ketenagakerjaan (Kemenaker, 2023). Dimana secara umum, sektor perdagangan dan jasa merupakan salah satu sektor dari perusahaan yang paling banyak menjadi peserta.

**Tabel 1.**  
**Jumlah Perusahaan Peserta BPJS Ketenagakerjaan di Indonesia Menurut Lapangan Usaha**

No	Lapangan Usaha	Jumlah
1	Pertanian, Perikanan, Perkebunan, & Kehutanan	34.978
2	Industri Barang Konsumsi	49.623
3	Perdagangan & Jasa	685.006
4	Energi, Telekomunikasi & Transporatasi	32.989
5	Aneka Industri	23.453
6	Industri Dasar dan Kimia	10.376
7	Pertambangan	7.002
8	Properti dan Real Estate	45.710
9	Keuangan dan Investasi	12.775
	<b>Jumlah</b>	<b>901.912</b>

Sumber: Kemenaker, 2023

Inovasi penggunaan *digital payment* melalui penerapan *multi payment platform* pada setiap jenis kepesertaan adalah salah satu cara yang dapat meningkatkan kepercayaan Masyarakat (Muna et al., 2021). Hal ini tentunya dapat mendukung transparansi dalam pembayaran iuran sehingga dapat memberikan kepercayaan bagi peserta BPJamsostek. Pada penelitian ini, obyek studi yang digunakan jenis kepesertaan Bukan Penerima Upah (BPU). Hal ini mengingat jenis kepesertaan BPU melakukan pembayaran secara mandiri, sehingga jenis kepesertaan ini paling cocok untuk digunakan sebagai obyek penelitian.

Adapun jenis kepesertaan BPU berlaku bagi jenis kepesertaan yang memiliki pekerja mandiri seperti pemilik usaha, seniman, dokter, pekerja disektor informal, petani, atlet, pedangang dan pekerjaan lainnya tanpa naungan suatu institusi. Tabel 2 menggambarkan perbandingan jumlah peserta aktif jaminan sosial tenaga kerja di Indonesia per Januari Tahun 2024, dimana peserta BPU memiliki total jumlah peserta sejumlah 9.111.135 peserta per Januari tahun 2024. Hal ini menggambarkan secara umum peserta BPU dirasa masih belum dapat melindungi keseluruhan pekerja yang bekerja pada sektor informal di Indonesia. Apabila dibandingkan dengan jumlah tenaga kerja di Indonesia pada tahun 2021, hanya 11,69% pekerja dari sektor informal yang memiliki jaminan sosial ketenagakerjaan (Kemenaker, 2024).

**Tabel 2.**  
**Jumlah Peserta Aktif berdasarkan Tipe Kepesertaan di Indonesia Per Januari Tahun 2024**

<b>Tipe Kepesertaan</b>	<b>Jumlah Peserta (Orang)</b>
Penerima Upah (PU)	24.881.067
Bukan Penerima Upah (BPU)	9.111.135
Jasa Konstruksi	6.984.078
<b>Total Peserta</b>	<b>40.976.280</b>

*Sumber:* Kemenaker, 2024

Oleh karena itu, urgensi dari penelitian ini adalah untuk mengetahui variable yang dapat yang berpengaruh dan memberikan dampak bagi peningkatan jumlah kepesertaan di BPJamsostek. Beberapa penelitian terdahulu telah membahas tentang studi kepatuhan pembayaran iuran untuk jenis kepesertaan sejenis namun dilakukan pada Institusi BPJS Kesehatan (*Fajrini et al., 2021; Lisnah et al., 2023*). Selain itu terkait dengan penelitian serupa sudah banyak dilakukan seperti tingkat keberlanjutan untuk jenis pembayaran digital selama pandemi covid (*Amoroso & Ackaradejuangsri, 2024; Leschanowsky et al., 2024; Nguyen & Thi, 2024; Tessema & Cavus, 2024*). Oleh karena itu, *novelty* dalam penelitian ini adalah penggunaan variable *digital payment, transaction security, customer loyalty* terhadap *continuance intention* pada peserta BPU di BPJamsostek.

Variabel *digital payment* merupakan salah satu komponen penting, mengingat saat ini digitalisasi pembayaran menjadi salah satu hal yang penting pada setiap produk jasa dan keuangan (*Mogaji & Phong, 2024*). Alternatif pembayaran digital dapat mempermudah pembayaran dan transparansi keuangan. Penerapan pembayaran digital pada pembayaran sistem kepesertaan pada BPJamsostek diharapkan dapat meningkatkan jumlah kepesertaan. Hal ini mengingat penerapan *digital payment* akan memberikan banyak manfaat diantaranya rasa aman, kenyamanan penggunaan dan fleksibilitas (*Pathak & Kaushik, 2024*). Inovasi dalam pembayaran iuran secara digital tentunya akan memberikan pengalaman (*customer experience*) yang penting bagi peserta. Hal ini tentunya diharapkan akan memberikan dampak positif bagi perusahaan dan tentunya keberlanjutan bagi pengguna jasa (*Goel & Rana, 2021*). Pengalaman pengguna diasosiasikan dengan persepsi seseorang dalam berinteraksi terhadap penggunaan sebuah sistem (*Chen, 2024; Peruchini et al., 2024*). Baik dari segi layanan, impact terhadap pengguna, tampilan fisik dan hal lainnya yang menunjang hasil penggunaan sebuah produk (*Kamil et al., 2023; Wiryana & Aksari, 2023*).

Selain itu, untuk menilai suatu produk atau jasa yang Selain itu, hal yang diharapkan muncul adalah rasa aman dalam melakukan transaksi, hal ini terus dilakukan peningkatan, mengingat keamanan dalam bertransaksi (*transaction security*) merupakan salah satu hal yang mendorong peserta dalam terus menggunakan jasa tersebut. Salah satunya pada peserta BPJamsostek. Kemudahan bertransaksi juga dapat berdampak pada komitmen penggunaan berulang pada jasa ataupun produk.

*Customer loyalty* diasosiasikan dengan keuntungan jangka panjang (Khoa, 2020), hal ini terkait dengan bagaimana produk ataupun jasa dapat diterima dengan baik dan memberikan citra yang positif (Kandampully & Zhang, 2015; Putri & Bulan, 2016). Hal ini membuat *customer* dapat dengan mudah untuk di control. Namun dalam hal ini, masih terdapat potensi perubahan perilaku yang dipengaruhi oleh situasi dan usaha pemasaran. Namun, disisi lain permasalahan yang kerap terjadi dalam kepesertaan BPU adalah *continuance intention*. Hal ini terjadi pada saat pandemi covid terjadi tahun 2020. Kepesertaan BPU yang berasal dari karyawan dengan golongan profesi informal sangat rentan terhadap factor eksternalitas seperti faktor bencana alam dan kejadian luar biasa (Kunarti et al., 2018; Nurdiana & Yusrizal, 2023). Berdasarkan data dari Kementerian Tenaga Kerja, pada tahun 2020 terdapat kurang lebih hampir 60% pekerja yang terimbas dari adanya pandemi Covid-19 yang berasal dari sektor informal (Sholihah & Subawa, 2022). Oleh karena itu hal ini penting untuk mengetahui apakah fasilitas yang didapatkan dari peserta BPU berpengaruh terhadap tingkat keberlanjutan pembayaran.

Penelitian ini berfokus untuk mengkaji efektifitas penggunaan platform *digital payment* dalam perspektif keberlanjutan yang berfokus pada salah satu tipe kepesertaan di BPJS Ketenagakerjaan yaitu kesepertaan Bukan Penerima Upah. Hal ini dilakukan untuk mengetahui efektifitas dari multi-platform digital yang telah diimplementasikan oleh BPJS Ketenagakerjaan. Selain itu penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai prediksi *continuance intention* melalui *digital payment* oleh peserta BPU dan *costumer loyalty*.

## METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengklarifikasi *causal relationship* antara variabel dan pengujian hipotesis. Penelitian ini dilakuakn pada instansi BPJamsostek Kantor Cabang Bali Denpasar. Terdapat tiga jenis variable bebas, *digital payment* (X1), *customer experience* (X2), dan *transaction security* (X3). Sedangkan 1 variabel sebagai variable moderator, *customer loyalty* (X4) dan variable *continuance intention* sebagai variabel terikat (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah peserta program Bukan Penerima Upah (BPU) di BPJamsostek cabang Bali Denpasar. Jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 107.308 peserta dengan batas toleransi kesalahan adalah sebesar 10%. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin*.

$$n \geq \frac{N}{1+N e^2} \dots\dots\dots(\text{Sofia, 2022}) (1)$$

Dimana:

- n = Ukuran sampel
- N = Ukuran populasi
- e = kelonggaran ketidak telitian dalam pengambilan sampel yang dapat ditoleransi, misalnya 10%.

Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel yang digunakan adalah sebesar 99,906 peserta sehingga dibulatkan menjadi 100 responden. Sampel yang digunakan menggunakan metode random sampling, karena populasi bersifat homogen agar dapat mewakili seluruh populasi. Dalam penelitian ini menggunakan analisis dengan *Structural Equation Model* (SEM).

*Digital payment* merupakan salah satu metode yang sering dilakukan untuk melakukan pembayaran pada produk barang dan atau jasa Adapun beberapa komponen yang menjadi acuan dalam penggunaan *digital payment* diantaranya adalah *perceived of usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived compatibility*, *perceived personal innovativeness*, *perceived social influence*, *perceived*

*security*. Sedangkan untuk *variable customer experience* terdapat 2 hal yang digunakan diantaranya adalah *usability* dan *emotional impact* (Abdulai et al., 2024; Berliana, 2022).

Pada variabel *transaction security* dipilih sebagai bagian dari ekspektasi pengguna dalam halantisipasi terhadap potensi yang dapat merugikan pengguna. Adapun kategori dari *transaction security* terdapat 4 indikator yaitu *secrecy*, *non-repudation*, *availability*, *integrity* (Siagian et al., 2022). Selain itu, variabel loyalitas konsumen, terdapat beberapa indikator yang digunakan diantaranya adalah kesan positif, rekomendasi ke orang lain, tidak berubah dan kebiasaan. Pada variabel *continuance intention*, terdapat beberapa indikator yang digunakan diantaranya adalah *digital payment* merupakan sebuah opsi dalam pembayaran di waktu mendatang, pembayaran digital akan terus digunakan secara konsisten dibandingkan jenis pembayaran lainnya, dan *digital payment* akan terus digunakan dalam berbagai kesempatan (Amoroso & Ackaradejuangsri, 2024; Tessema & Cavus, 2024).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil identifikasi responden, pada tabel 3 menjelaskan data karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dan cara pembayaran peserta. Responden tertinggi memiliki pekerjaan sebagai mekanik sebesar 42%, yang kemudian disusul dengan jenis pekerjaan pedagang, sejumlah 16%. Sedangkan berdasarkan dari cara pembayaran hanya 12% dari peserta yang menggunakan pembayaran secara manual melalui agen perisai. Hampir 87% pengguna membayar iuran kepesertaan BPJamsostek dengan menggunakan pembayaran digital baik dengan menggunakan fasilitas bank online seperti Bank BCA, Bank BNI, Bank BRI. Sebanyak 1% responden menggunakan fasilitas pembayaran menggunakan *e-wallet*.

**Tabel 3.**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan dan Cara Pembayaran Iuran**

Pekerjaan	Jumlah	%
Staf Administrasi	7	7,00%
Biarawati	1	1,00%
Tukang Bangunan	2	2,00%
Petani	3	3,00%
Pekerja Harian di Hotel	7	7,00%
Pengacara	1	1,00%
Mekanik	42	42,00%
Supir untuk Transportasi Online	5	5,00%
Nelayan	1	1,00%
Pedagang	16	16,00%
Pekerja Digital	4	4,00%
Pekerja Rumah Tangga	2	2,00%
Pemasaran	1	1,00%
Pemilik Usaha	5	5,00%
Security	1	1,00%
Sopir	1	1,00%
Tukang Jahit	1	1,00%

Cara Pembayaran Iuran BPU	Jumlah	%
Mobile Bank BCA	2	2,00%
Mobile Bank BNI	13	13,00%
Mobile Bank BRI	83	83,00%
Mobile Bank Mandiri	1	1,00%
E-wallet/Gopay; Ovo	1	1,00%

Sumber: Hasil penelitian, 2024

Dalam rangkaian penelitian, dilakukan uji validitas untuk mengukur instrument penelitian (kuisisioner) dengan syarat minimum product momen harus  $\geq 0,3$ , sedangkan untuk uji reliabilitas dilakukan dengan menguji kuisisioner penelitian lebih besar dari koefisien *alpha* ( $\alpha$ ) *cronhbach's alpha* 0,70. Tabel 4 menggambarkan hasil rekapitulasi uji validitas dan reabilitas. Berdasarkan hasil analisis, seluruh variable memiliki nilai *pearson correlation* diatas nilai 0,3 dan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* berada diatas 0,7 sehingga dinyatakan seluruh variable dinyatakan valid dan realiablel.

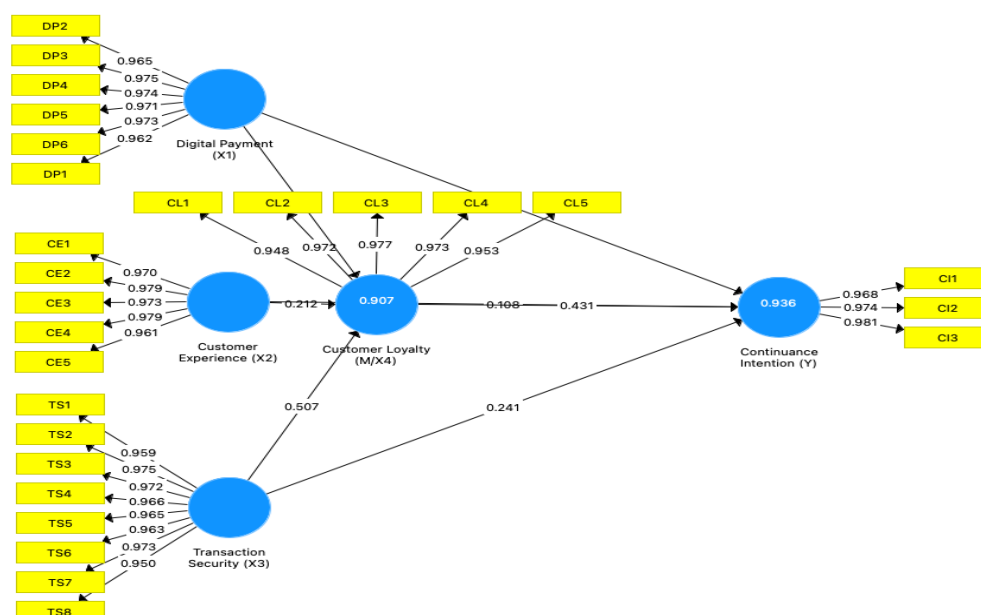
**Tabel 4.**  
**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variable	Item Pernyataan	Validitas		Reabilitas	
		Pearson Correlation $\geq 0,3$	Keterangan	Cronbach's Alpha $\geq 0,7$	Keterangan
Digital Payment (X1)	DP1	0,962	Valid	0,987	Reliable
	DP2	0,965	Valid		
	DP3	0,974	Valid		
	DP4	0,974	Valid		
	DP5	0,972	Valid		
	DP6	0,973	Valid		
Customer Experience (X2)	CE1	0,971	Valid	0,985	Reliable
	CE2	0,979	Valid		
	CE3	0,972	Valid		
	CE4	0,978	Valid		
	CE5	0,961	Valid		
Transaction Security (X3)	TS1	0,959	Valid	0,989	Reliable
	TS2	0,975	Valid		
	TS3	0,973	Valid		
	TS4	0,965	Valid		
	TS5	0,964	Valid		
	TS6	0,963	Valid		
	TS7	0,973	Valid		
	TS8	0,949	Valid		
Customer Loyalty (X4)	CL1	0,952	Valid	0,98	Reliable
	CL2	0,971	Valid		
	CL3	0,975	Valid		
	CL4	0,974	Valid		
	CL5	0,95	Valid		

Variable	Item Pernyataan	Validitas		Reabilitas	
		Pearson Correlation $\geq 0,3$	Keterangan	Cronbach's Alpha $\geq 0,7$	Keterangan
Continuance Intention (Y)	CI1	0,966	Valid	0,971	Reliable
	CI2	0,976	Valid		
	CI3	0,981	Valid		

Sumber: Hasil penelitian, 2024

Penelitian dianalisis dengan menggunakan Smart-PLS (*Partial Least Square*). Analisis dilakukan dengan menganalisis *outer model* yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel manifest dengan variable latennya. Pada gambar 1 menggambarkan hasil analisis outer model, dimana terdapat 3 unsur yang dinilai untuk menguji validitas dan reabilitasnya diantaranya adalah dilakukan *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*.



Sumber: Hasil analisis pengolahan SEM PLS 4, 2024

**Gambar 1. Hasil Analisis Outer Model**

Berdasarkan hasil analisis uji outer model yang dapat dilihat dari nilai outer loadings pada uji validitas dan *composite reliability* pada uji reliabilitas. Indikator reflektif diuji untuk *convergent validity*, dimana nilai outer loading antara 0,5 hingga 0,6 dianggap memadai. Pada tabel 5 menampilkan hasil uji *outer loading*, hasil pengujian *convergent validity* menunjukkan bahwa seluruh nilai *outer loading* indikator variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,5 dengan nilai p-value sebesar 0,000 dan kurang dari 0,05. Berdasarkan hal ini, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi persyaratan *convergent validity*.

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji Outer Loading**

	<b>Loading Faktor</b>	<b>P Values</b>
CE1 <- Customer Experience (X2)	0,970	0,000
CE2 <- Customer Experience (X2)	0,979	0,000
CE3 <- Customer Experience (X2)	0,973	0,000
CE4 <- Customer Experience (X2)	0,979	0,000
CE5 <- Customer Experience (X2)	0,961	0,000
CI1 <- Continuance Intention (Y)	0,968	0,000
CI2 <- Continuance Intention (Y)	0,974	0,000
CI3 <- Continuance Intention (Y)	0,981	0,000
CL1 <- Customer Loyalty (M/X4)	0,948	0,000
CL2 <- Customer Loyalty (M/X4)	0,972	0,000
CL3 <- Customer Loyalty (M/X4)	0,977	0,000
CL4 <- Customer Loyalty (M/X4)	0,973	0,000
CL5 <- Customer Loyalty (M/X4)	0,953	0,000
DP1 <- Digital Payment (X1)	0,962	0,000
DP2 <- Digital Payment (X1)	0,965	0,000
DP3 <- Digital Payment (X1)	0,975	0,000
DP4 <- Digital Payment (X1)	0,974	0,000
DP5 <- Digital Payment (X1)	0,971	0,000
DP6 <- Digital Payment (X1)	0,973	0,000
TS1 <- Transaction Security (X3)	0,959	0,000
TS2 <- Transaction Security (X3)	0,975	0,000
TS3 <- Transaction Security (X3)	0,972	0,000
TS4 <- Transaction Security (X3)	0,966	0,000
TS5 <- Transaction Security (X3)	0,965	0,000
TS6 <- Transaction Security (X3)	0,963	0,000
TS7 <- Transaction Security (X3)	0,973	0,000
TS8 <- Transaction Security (X3)	0,950	0,000

Sumber: Hasil penelitian, 2024

Selanjutnya, dilakukan uji *discriminant validity* yang dianalisis berdasarkan nilai akar *average variance extracted* (AVE) dari varians rata-rata yang diekstraksi lebih tinggi daripada korelasi yang melibatkan variabel laten dengan variabel laten lainnya yang dibandingkan pada tabel Fornel-Larcker Criterion. Pada tabel 6, menunjukkan hasil *discriminant validity* menunjukkan bahwa model telah memenuhi kriteria *discriminant validity*.

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji Discriminant Validity**

	Continuance Intention	Customer Experience	Customer Loyalty	Digital Payment	Transaction Security
	Y	X2	M/X4	X1	X3
	<b>0,974</b>				
Continuance Intention (Y)					
Customer Experience (X2)	0,896	<b>0,972</b>			
Customer Loyalty (M/X4)	0,953	0,885	<b>0,965</b>		
Digital Payment (X1)	0,926	0,944	0,912	<b>0,97</b>	
Transaction Security (X3)	0,915	0,807	0,917	0,854	<b>0,965</b>

Sumber: Hasil penelitian, 2024



Pada analisis selanjutnya dilakukan penulisan *composite reliability*, pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan derajat yang mengindikasikan *common latent (unobserved)*, sehingga dapat menunjukkan indikator blok yang mengukur konsistensi internal dari indikator pembentuk konstruk. Nilai batas tingkat reliabilitas komposit adalah  $> 0,7$ . Tabel 7 menunjukkan hasil nilai *composite reliability* rata-rata berada  $> 0,7$ . Variable *digital payment* merupakan salah satu variabel yang memiliki nilai *composite reliability* yang paling tinggi diantaranya adalah 0,990. Hasil evaluasi secara keseluruhan, dari 3 indikator baik *convergent*, *discriminant validity* dan *composite reability*, keseluruhan variabel dapat dinyatakan valid dan reliabel.

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji Composite Reliability**

Variable	Composite Reliability
Continuance Intention (Y)	0,983
Customer Experience (X2)	0,989
Customer Loyalty (M/X4)	0,985
Digital Payment (X1)	0,99
Transaction Security (X3)	0,991

*Sumber:* Hasil penelitian, 2024

Selanjutnya dilakukan uji inner model (*structural model*), uji ini menggunakan nilai *predictive-relevance* (Q2) untuk mengukur nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Pada tabel 8 menggambarkan nilai  $R^2$  setiap variabel endogen dalam penelitian ini. Variabel *continuance intention* (Y) memiliki nilai sebesar 0,907 variasi pada variabel *continuance intention*, sedangkan sisanya sebesar 9,3% dijelaskan oleh variabel atau faktor lainnya diluar model. Berdasarkan nilai *predictive-relevance* didapatkan nilai *predictive-relevance* sebesar 0,9994. Nilai *predictive relevance* ini  $> 0$  mendekati nilai 1 berarti model memiliki nilai prediktif relevan, dan dapat dinyatakan bahwa model *structural* ini telah fit dengan data.

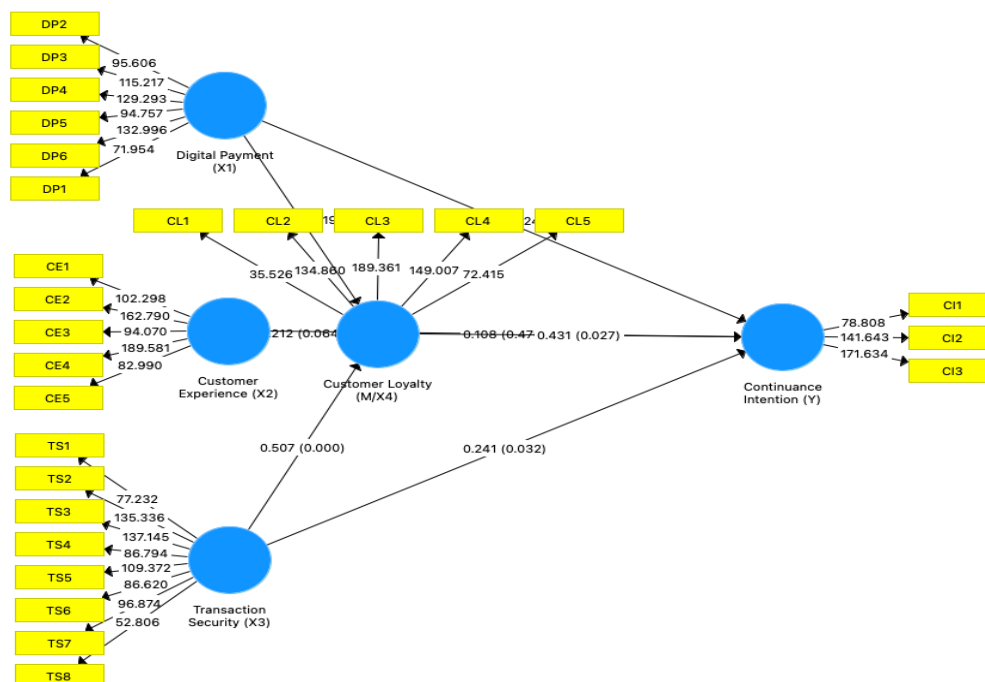
**Tabel 8.**  
**Nilai  $R^2$  Variabel Endogen**

	R Square	R Square Adjusted
Customer Loyalty (M/X4)	0,936	0,934
Continuance Intention (Y)	0,907	0,904

*Sumber:* Hasil penelitian, 2024

Pada gambar 2 merupakan hasil *bootstrapping* yang menunjukan hasil dari tujuh hipotesis dalam penelitian ini. Pengaruh *digital payment* (X1) terhadap *customer loyalty* (M/X4) dengan nilai original sample sebesar 0.279 (positif), memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (M/X4). Hal ini mengindikasikan bahwa implementasi pembayaran digital memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Pengaruh *customer experience* (X2) terhadap *customer loyalty* (M/X4) dengan nilai original sample sebesar 0.212 (positif) yang menunjukkan bahwa *customer experience* (X2) memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *customer loyalty* (M/X4). Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan adanya pengaruh positif dari pengalaman pelanggan terhadap loyalitas, namun pengaruh tersebut tidak mencapai tingkat signifikansi statistik, mengingat nilai p lebih besar dari 0,05.

Selanjutnya, Pengaruh *transaction security* (X3) terhadap *customer loyalty* (M/X4) dengan nilai original sample sebesar 0.507 (positif), nilai t-statistics sebesar 8,991 dan nilai p-values sebesar 0,000 menunjukkan bahwa *transaction security* (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (M/X4). Hal ini menunjukkan bahwa keamanan transaksi memainkan peran yang krusial dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Pada variabel *digital payment* (X1) terhadap *continuance intention* (Y) dengan nilai original sample sebesar 0.431 (positif), yang menunjukkan bahwa *digital payment* (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* (Y). hal ini menunjukkan bahwa niat pelanggan untuk terus menggunakan layanan pembayaran di BPJamsostek.



Sumber: Hasil analisis pengolahan SEM PLS 4, 2024

**Gambar 2. Hasil Uji Bootstrapping**

Pada variabel *customer experience* (X2) terhadap *continuance intention* (Y) dengan nilai original sample sebesar 0.108 (positif), nilai t-statistics sebesar 0,762 dan nilai p-values sebesar 0,447 menunjukkan bahwa *customer experience* (X2) memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *continuance intention* (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun ada indikasi pengaruh positif dari pengalaman pelanggan terhadap niat berkelanjutan, pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Selain itu, pada variabel *transaction security* (X3) terhadap *continuance intention* (Y) dengan nilai t-statistics sebesar 2,250 dan nilai p-values sebesar 0,025 menunjukkan bahwa *transaction security* (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* (Y). Berdasarkan hasil analisis, terdapat indikasi bahwa terdapat pengaruh positif dari pengalaman pelanggan terhadap niat berkelanjutan. Pada pengaruh *customer loyalty* (M/X4) terhadap *continuance intention* (Y) dengan nilai original sample sebesar 0.431 (positif), nilai t-statistics sebesar 2,351 dan nilai p-values sebesar 0,019 menunjukkan bahwa *customer loyalty* (M/X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* (Y). Hal ini menegaskan bahwa loyalitas pelanggan merupakan faktor penting yang mendorong pelanggan untuk terus berinteraksi dan menggunakan layanan BPJamsostek.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa hasil penelitian yang dihasilkan diantaranya adalah pada variable *digital payment*. Variabel *digital payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*, jadi dengan semakin banyak kanal-kanal digital payment yang di kembangkan, maka akan semakin meningkatkan juga loyalitas dan keberlanjutan pembayaran iuran BPJS Ketenagakerjaan. Pada variable *customer experience*, *customer experience* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *customer loyalty*, dan juga terhadap *continuance intention*, jadi BPJS Ketenagakerjaan perlu meningkatkan perannya dalam memberikan pelayanan terbaik dan tentunya inovasi digitalisasi. Pada variable *transaction security* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* dan juga terhadap *customer loyalty*, temuan ini menegaskan bahwa keamanan transaksi memainkan peran krusial dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui intensi keberlanjutan dari kepesertaan BPU BPJamsostek yang melibatkan 3 variabel yaitu variable *digital payment*, *variable customer experience*, *transaction security*, yang dimediasi oleh *customer loyalty*. Keempat faktor tersebut hanya memberikan gambaran antar variable dan hubungannya dengan intensi keberlanjutan dari peserta BPU BPJamsostek. Hal ini tentunya masih banyak variable yang dapat diteliti untuk memperkaya khasanah penelitian. Salah satu diantaranya adalah variable kepuasan pengguna layanan. Variabel kepuasan pengguna layanan akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai karakteristik pengguna jasa, tipe jasa yang dibutuhkan dan pengembangan jasa yang diharapkan bagi pengguna jasa.

## REFERENSI

- Abdulai, M. G., Kojo, S., & Bata, P. (2024). Adoption of digital payment platforms and trade credit activities among informal firms in Ghana. *Heliyon*, 10(11), e32302. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32302>
- Affandi, Y., Ridhwan, M. M., Trinugroho, I., & Hermawan, D. (2024). Digital adoption, business performance, and financial literacy in ultra-micro, micro, and small enterprises in Indonesia. *Research in International Business and Finance*, 70(PB), 102376. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102376>
- Amoroso, D. L., & Ackaradejruangsri, P. (2024). Technology in Society Going cashless in Japan : Using exchange benefit and cost approach to study continuance intention of mobile wallet. *Technology in Society*, 78(March), 102529. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102529>
- Berliana, C. (2022). *Satisfaction As A Mediation Variable Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi*. 3(September), 2397–2413.
- Chen, C. (2024). Journal of Retailing and Consumer Services Atmospherics fosters customer loyalty : Exploring the mediating effects of memorable customer experience and customer satisfaction in factory outlet malls in Taiwan. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 80(May), 103936. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103936>
- Fajrini, F., Latifah, N., Hermansyah, D., & Firda, N. (2021). Studi Ketidapatuhan Membayar Iuran BPJS Kesehatan Peserta Non PBI Bukan Penerima Upah di Kelurahan Cempaka Putih Tahun 2018. *Muhammadiyah Public Health Journal*, 1(2), 129–137. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/MPHJ>
- Goel, P., & Rana, N. P. (2021). *I won't touch money because it is dirty : examining customer's loyalty toward M-payment*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2021-0272>
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018, (2018).
- Kamil, A., Hassan, H., & Hasan, H. (2023). *UI and UX Redesign for COVID-19 Response Mobile Application Using Usability ISO Model and Testing Tools*. 11(2), 210–223.
- Kandampully, J., & Zhang, T. (Christina). (2015). Customer loyalty: a review and future directions with a special focus on the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2014-0151>
- Karim, R. Al, Sobhani, F. A., Rabiul, K., Lepee, N. J., Kabir, M. R., Abdul, M., & Chowdhury, M. (2022). *Linking Fintech Payment Services and Customer Loyalty Intention in the Hospitality Industry: The Mediating Role of Customer Experience and Attitude*.

- Kemenaker, S. D. (2023). *Perusahaan yang Ikut Serta Program BPJS Ketenagakerjaan Tahun 2023*. <https://satudata.kemnaker.go.id/data/kumpulan-data/1727>
- Kemenaker, S. D. (2024). *Peserta BPJS Ketenagakerjaan Januari Tahun 2024*. <https://satudata.kemnaker.go.id/data/kumpulan-data/1735>
- Ketenagakerjaan, B. (2022). *Jenis Kepesertaan Bukan Penerima Upah*. <https://www.bpjsketenagakerjaan.go.id/bukan-penerima-upah.html>
- Khando, K., & Islam, M. S. (2023). *The Emerging Technologies of Digital Payments and Associated Challenges : A Systematic Literature Review*.
- Khoa, B. T. (2020). The Impact of the Personal Data Disclosure' s Tradeoff on the Trust and Attitude Loyalty in Mobile Banking Services The Impact of the Personal Data Disclosure' s Tradeoff. *Journal of Promotion Management*, 0(0), 1–24. <https://doi.org/10.1080/10496491.2020.1838028>
- Kunarti, S., Sudrajat, T., & Handayani, S. W. (2018). *Transformation of Social Security Administrative Body (BPJS) within Social Security Reform in Indonesia*. 03017.
- Leschanowsky, A., Rech, S., Popp, B., & Bäckström, T. (2024). Computers in Human Behavior Evaluating privacy , security , and trust perceptions in conversational AI : A systematic review. *Computers in Human Behavior*, 159(December 2023), 108344. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108344>
- Lin, X., Wu, R., Lim, Y., Han, J., & Chen, S. (2019). *Understanding the Sustainable Usage Intention of Mobile Payment Technology in Korea : Cross-Countries Comparison of Chinese and Korean Users*. 1–23.
- Lisnah, Afifuddin, & Nohong, M. (2023). *Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Kepatuhan Membayar Iuran pada Peserta BPJS Kesehatan Mandiri di Kota Jayapura*. 8(3), 234–245.
- Mogaji, E., & Phong, N. (2024). Technological Forecasting & Social Change Evaluating the emergence of contactless digital payment technology for transportation. *Technological Forecasting & Social Change*, 203(March), 123378. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123378>
- Muna, A., Ausat, A., Pirisal, T., Administrasi, F. I., Brawijaya, U., Administrasi, F. I., Subang, U., & Barat, J. (2021). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Commerce Adoption*. 7(2).
- Nguyen, G., & Thi, D. T.-H. (2024). Factors Influencing Continuance Intention to Use Mobile Banking: An Extended Expectation-Confirmation Model With Moderating Role Of Trust. *Humanities & Social Sciences Communications*, 11(276). <https://doi.org/doi.org/10.1057/s41599-024-02778-z>
- Nurdiana, & Yusrizal. (2023). Analisis Persepsi Pelayanan BPJS Ketenagakerjaan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 10344–10352.
- Pathak, A. A., & Kaushik, K. (2024). Driving consumer engagement for digital payment brands : Content strategy on instagram. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 79(March), 103821. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103821>
- Peruchini, M., Modena, G., & Monteiro, J. (2024). Between artificial intelligence and customer experience : a literature review on the intersection. *Discover Artificial Intelligence*, 2–11. <https://doi.org/10.1007/s44163-024-00105-8>
- Putri, T., & Bulan, L. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT . Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa*. 5(2), 592–602.
- Sholihah, M., & Subawa, N. S. (2022). Analisis Penyebab Penurunan Jumlah Kepesertaan Tenaga Kerja Formal Di BPJAMSOSTEK Denpasar Selama Masa COVID-19. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(1). <https://doi.org/10.52643/jam.v12i1.2090>
- Siagian, H., Jiwa, Z., Basana, S., & Basuki, R. (2022). The effect of perceived security , perceived ease of use , and perceived usefulness on consumer behavioral intention through trust in digital payment platform. *International Journal of Data and Network Science*. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.010>
- Sofia, N. (2022). The effect of customer experience of trust and e-service quality on customer loyalty with customer satisfaction as a research mediation variable in Tokopedia e-commerce : A study case on new students in East Java. *Research in Business & Social Science*, 11(6), 600–608.
- Tessema, W. M., & Cavus, N. (2024). Determining information system end - user satisfaction and continuance intension with a unified modeling approach. *Scientific Reports*, 1–18. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-57218-4>
- Ulfi, I. (2020). Tantangan dan peluang kebijakan non-tunai: sebuah studi literatur. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(1), 55–65. <https://doi.org/https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i1.2379>
- Wiryan, K. V. S. D., & Aksari, N. M. A. (2023). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Univeristas Udayana*, 12(07), 1320–1329.
- Zhang, J., Luximon, Y., & Song, Y. (2019). *The Role of Consumers ' Perceived Security , Perceived Control , Interface Design Features , and Conscientiousness in Continuous Use of Mobile Payment Services*.