

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (OFFLINE) DAN KUALITAS DIGITALISASI LAYANAN (ONLINE) TERHADAP KEPUASAN PESERTA PADA PT TASPEN (PERSERO)

Asep Slamet Riyadi¹⁾, Effed Darta Hadi²⁾, Muhammad Rusdi³⁾

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu

Correspondent Author : asriyadi@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study is to determine the effect of service quality (offline) on customer satisfaction, also to determine the effect of quality of service digitization (online) on customer satisfaction. The type of research used in this research is quantitative research. The data collection tool used a questionnaire distributed to 196 respondents studied, namely, member of PT Taspen (Persero) Palembang and Bengkulu Branch. The questionnaire was distributed online via google form. The validity test used in this study is convergent validity and discriminant validity with PLS 3.2.9 software. The reliability test uses the Cronbach's Alpha dan Composite Reliability with PLS 3.2.9 software. The analysis method used is inner model tested with path coefficients and R-Square analysis, also outer model tested with t tested. The results of this study indicate that (1) service quality has a significant and positive effect on customer satisfaction for member of PT Taspen (Persero). This means that the better quality of service that more satisfaction of participants who use the direct services provided by employees of PT Taspen (Persero). (2) the quality of service digitization has and positive effect on customer satisfaction for participants of PT Taspen (Persero) but not significant. This means that the better the quality of service digitization, the higher level of customer satisfaction of participants who use digital services of PT Taspen (Persero) but the impact is not significant.*

Keywords: *service quality, service digitization quality, customer satisfaction*

Abstrak. *Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (offline) terhadap kepuasan pelanggan, juga untuk mengetahui pengaruh digitalisasi kualitas pelayanan (online) terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Alat pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 196 responden yang diteliti yaitu anggota PT Taspen (Persero) Cabang Palembang dan Bengkulu. Kuesioner disebarakan secara online melalui google form. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konvergen dan validitas diskriminan dengan software PLS 3.2.9. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability dengan software PLS 3.2.9. Metode analisis yang digunakan adalah inner model yang diuji dengan koefisien jalur dan analisis R-Square, serta uji outer model dengan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan anggota PT Taspen (Persero). Artinya semakin baik kualitas pelayanan maka semakin besar pula kepuasan peserta yang menggunakan jasa langsung yang diberikan oleh karyawan PT Taspen (Persero). (2) Kualitas Pelayanan Digitalisasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Peserta PT Taspen (Persero) namun tidak signifikan. Artinya semakin baik kualitas digitalisasi layanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan peserta pengguna layanan digital PT Taspen (Persero) namun dampaknya tidak signifikan.*

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, kualitas digitalisasi layanan, kepuasan pelanggan*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Saat ini ada empat perubahan besar yang membentuk lingkungan bisnis. Perubahan pertama adalah penguatan ekonomi global secara bertahap. Perubahan kedua adalah

transformasi ekonomi industri menjadi ekonomi jasa berbasis pengetahuan informasi. Perubahan ketiga adalah diferensiasi struktur bisnis. Bisnis sekarang didasarkan pada kerja tim yang datar dan fleksibel. Perubahan keempat munculnya perusahaan yang mengadopsi digitalisasi. Hubungan digital terjadi antara pelanggan, perusahaan, dan staf. Proses bisnis dibentuk melalui jaringan digital. Aset perusahaan dikelola dalam lingkungan digital yang peka terhadap perubahan lingkungan (Kumar & Reinartz, 2018). Sistem informasi memberikan kemudahan komunikasi dan kekuatan analisis yang diperlukan untuk mengelola hubungan komersial pada organisasi dalam skala besar. Memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara individual telah menjadi dimensi penting bagi perusahaan yang ingin mendapatkan keunggulan kompetitif. Perusahaan memperbarui sistem mereka secara harmonis dengan konsep pemenuhan kepuasan pelanggan. Tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan dan pelanggan semakin meningkat. Digitalisasi layanan membentuk lebih dari 70% sektor jasa seperti keuangan, asuransi, dan real estate. Agar dapat bersaing dan memenuhi kepuasan pelanggan, diperlukan sistem digitalisasi yang kuat (Kumar & Reinartz, 2018; Laudon & Laudon, 2017).

TASPEN merupakan badan usaha milik negara yang diamanatkan oleh Pemerintah untuk mengelola program Pensiun, Tabungan Hari Tua, Jaminan Kecelakaan Kerja, dan Jaminan Kematian bagi Aparatur Sipil Negara (ASN) dan Pejabat Negara. Pelayanan pembayaran manfaat program tersebut dapat dibayarkan melalui perbankan dan pos yang bekerjasama dengan TASPEN. TASPEN melayani peserta secara langsung (offline) di 57 kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Selain itu, untuk menjangkau daerah yang jaraknya jauh dari kantor cabang, TASPEN menyelenggarakan service point dalam bentuk Mal Pelayanan Publik dan mobil layanan yang dilakukan secara terjadwal di beberapa daerah. Pada awal tahun 2020, akibat dari pandemi Covid-19, TASPEN melakukan pembatasan layanan secara langsung (offline), dengan mengoptimalkan digitalisasi layanan secara online yang sudah ada sebelumnya. Sehingga, akses layanan offline yang terbatas dan dampak dari pandemi covid-19, menjadi latar belakang pergeseran layanan offline ke digitalisasi layanan secara online guna terwujud pelayanan yang efektif dan efisien. Dalam implementasi digitalisasi layanan, TASPEN melakukan pengembangan teknologi untuk melakukan digitalisasi layanannya melalui Taspen One hour Online Service (web based) dan Taspen Otentikasi. Taspen One hour Online Service atau di singkat TOOS merupakan layanan online terintegrasi untuk peserta Taspen. Adapun layanan online yang tersedia antara lain kartu digital, antrian online, pengajuan klaim, pengajuan non klaim, tracking pengajuan klaim/non klaim, estimasi manfaat, cetak e-SPT pajak, keluhan dan pertanyaan melalui TCare, dan lain-lain. Selain TOOS, TASPEN juga menyediakan layanan dalam genggam yang bisa di akses melalui aplikasi di smartphone yaitu Taspen Otentikasi. Taspen otentikasi merupakan aplikasi berbasis mobile android/iOS yang berfungsi dalam pembayaran pensiun dimana peserta melalui smartphone-nya dapat melakukan otentikasi yang terintegrasi dengan data biometric yang telah dilakukan perekaman sebelumnya (saat memasuki batas usia pensiun) mencakup wajah, sidik jari, dan suara. Otentikasi itu sendiri bermakna proses, cara, atau kegiatan yang harus dilakukan oleh peserta/penerima pensiun dan dapat dilakukan dimana saja, untuk memastikan bahwa peserta/penerima pensiun masih hidup dan berhak atas pembayaran pensiun.

Tujuan dari TASPEN meluncurkan layanan digital ini, agar mempermudah para peserta/penerima pensiun dalam berurusan dengan TASPEN ataupun mitra

bayar, tanpa harus datang ke kantor. Studi tentang masalah kualitas layanan baik itu layanan secara langsung maupun digital pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, seperti Maulidah *et al.*, (2019) dalam Erlinda *et al.*, (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang paling besar dalam memberikan tindakan kepuasan pelanggan. Penelitian Chang *et al.*, (2009) juga menyatakan bahwa digitalisasi layanan secara positif memengaruhi kepuasan pelanggan. Artinya pelayanan merupakan faktor yang paling kritis dan diharapkan oleh pelanggan dalam memberikan tindakan kepuasan pelanggan jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Pelayanan

Menurut Anwar (2017) “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang akibat membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan suatu layanan sehubungan dengan harapannya”. Artinya, jika kualitas pelayanan sesuai dengan harapan konsumen, maka pelanggan akan puas. Kepuasan pelanggan adalah ukuran bagaimana produk dan layanan yang diberikan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Ini mengacu pada keadaan akhir dari sebuah proses di mana pelanggan mengevaluasi manfaat yang dirasakan yang diperoleh dari penggunaan layanan (Oliver, 1997).

Kualitas Pelayanan

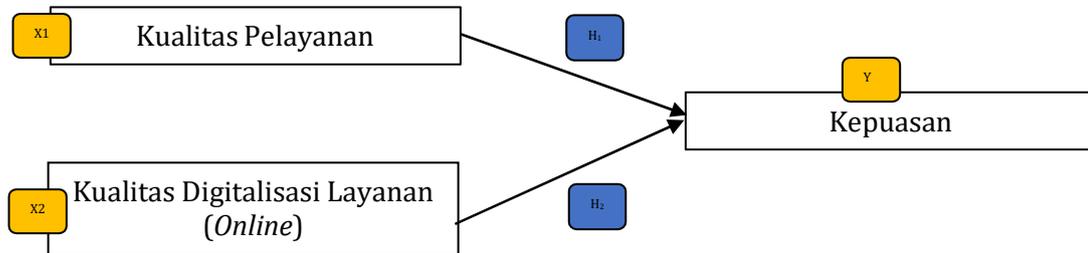
Kualitas layanan mengacu pada kemampuan layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Atef, 2011). Pelanggan memiliki persepsi kualitas sebelum berinteraksi dengan organisasi. Paradigma harapan-konfirmasi menyatakan bahwa pelanggan membandingkan persepsi mereka dengan pengalaman aktual untuk menentukan tingkat kepuasan mereka dari interaksi tersebut (Teas, 1993).

Kualitas Digitalisasi Layanan

Konsep kualitas digitalisasi layanan berasal dari pemasaran internet dan literatur kualitas layanan tradisional. Kualitas digitalisasi layanan dapat didefinisikan sebagai "sejauh mana situs web memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman produk dan layanan yang efisien dan efektif" (Zhou *et al.*, 2019). Bloomberg (2018) mengungkapkan bahwa sebuah perusahaan jasa mendefinisikan digitalisasi sebagai perubahan bentuk layanan analog menjadi layanan digital. Mengubah berbagai macam informasi yang dilaksanakan dan diperoleh secara manual menjadi laporan digital berbasis komputer. Oleh karena itu, Digitalisasi diterjemahkan sebagai mengubah informasi menjadi digital. Namun ketika berbicara mengenai digitalisasi, digitalisasi tidak memiliki definisi tunggal yang baku.

Kerangka Analisis

Selaras dengan masalah dan tujuan penelitian dan kajian atas pustakan yang telah dilakukan maka dapat dikemukakan kerangka penelitian sebagai berikut.



Sumber: Ali *et al.* (2021); Raza *et al.* (2020)

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Pada penelitian ini terdapat 3 variabel yang terdiri dari 2 variabel bebas (*independent* variabel) dan 1 variabel terikat (*dependent* variabel). 2 variabel bebas pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan digitalisasi pelayanan. Sedangkan variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini variabel-variabel bebas akan diteliti apakah memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) atau tidak.

METODE PENELITIAN

Jenis Dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, di mana dalam penelitian ini terdapat pengujian hipotesis.

Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan proses penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Penelitian ini yang terdiri dari variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen). Penelitian yang dilakukan ini merupakan jenis penelitian dengan melakukan pengujian hipotesis mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas digitalisasi layanan terhadap kepuasan pelanggan.

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SUMBER
Kualitas Pelayanan (X1)	Tangibles	Saya merasakan peralatan dan personel pelayanan Taspem sudah memadai Saya merasakan kebersihan di lingkungan Taspem sudah bersih Saya merasakan kenyamanan di ruang pelayanan Taspem	Ali., <i>et al.</i> (2021)

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SUMBER
Kualitas Digitalisasi Layanan (X2)	Reliability	Saya merasakan ketersediaan halaman parkir Taspem yang luas Saya merasakan kemampuan Taspem untuk melakukan layanan secara andal Saya merasakan kemampuan Taspem untuk melakukan layanan secara akurat. Taspem mampu memberikan penjelasan secara detail terhadap seluruh bentuk pelayanan	Raza, <i>et al.</i> , (2020) Syed Ali Raza, <i>et al.</i> , (2020)
	Responsiveness	Taspem bersedia membantu apabila saya merasakan kesulitan Taspem memberikan pelayanan yang cepat tanggap Taspem memberikan pelayanan yang tepat waktu	
	Assurance	Taspem mampu memberikan keyakinan terhadap saya Taspem mampu memberikan kepercayaan terhadap saya Saya merasa aman ketika berinteraksi saat mendapatkan pelayanan Taspem	
	Empathy	Taspem menjalin komunikasi yang baik dengan saya Taspem memiliki kredibilitas dan kompetensi yang baik dalam melayani saya Taspem memberikan berbagai akses kemudahan kepada saya	
	Efficiency	Saya mampu mengakses aplikasi ataupun website Taspem Saya mampu menggunakan layanan Taspem yang dibutuhkan dan atau diinginkan Saya mampu menemukan atau mendapatkan segala macam bentuk informasi yang berhubungan dengan pelayanan Taspem yang dibutuhkan dan atau dicari	
	Fullfilment	Saya mampu mengakhiri penggunaan aplikasi ataupun web Taspem tersebut dengan usaha yang sesederhana mungkin Layanan yang dijanjikan oleh Taspem sesuai dengan kondisi layanan sesungguhnya Taspem selalu bersedia melayani didalam waktu kerja Pelayanan Taspem diberikan secara real time	
	System Availability	Aplikasi atau website Taspem berfungsi sebagai mana mestinya Aplikasi atau website Taspem mudah untuk digunakan	
	Privacy	Taspem mampu memberikan jaminan kepada pengguna aplikasi ataupun web bahwa data pribadi dari pengguna aman untuk akses aplikasi.	

Taspen mampu memberikan jaminan kepada pengguna aplikasi ataupun web bahwa tidak akan menyalahgunakan informasi peserta kepada pihak luar. Taspen mampu menjamin keamanan informasi peserta terkait pengajuan klaim yang dilakukan

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SUMBER
Kepuasan Pelanggan (Y)	Responsiveness	Operator <i>online</i> mampu dalam memberikan informasi yang benar juga tepat kepada peserta Taspen telah menyediakan prosedur dalam menanggulangi perihal keluhan peserta, apabila timbul masalah	Wen <i>et al.</i> (2005) dalam Bakti <i>et al.</i> , (2019)
	Compensation	Taspen menyediakan prosedur dalam memberikan kompensasi Taspen menanggung biaya/ganti rugi dalam menangani kesalahan pelayanan	
	Contact	Saya mampu berbincang dengan staf layanan pelanggan secara <i>online</i> sesuai dengan layanan yang telah disediakan oleh Taspen Saya mampu berbicara dengan staf layanan pelanggan secara phone call sesuai dengan layanan yang telah disediakan oleh Taspen	
		Pelayanan Taspen yang saya rasakan sudah ideal Saya puas dengan kualitas pelayanan Taspen secara <i>offline</i> Saya puas dengan kualitas pelayanan Taspen secara <i>online</i> Secara keseluruhan, saya puas dengan pelayanan Taspen Harapan saya terhadap pelayanan Taspen sudah terpenuhi	

Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah peserta pensiun PT 42 TASPEN (Persero) Cabang Palembang dan Bengkulu. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah peserta pensiun yang pernah menggunakan layanan online dan offline di cabang Palembang dan Bengkulu. Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 300 responden.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada responden berupa beberapa pernyataan tentang masalah yang terkait dengan subjek survei. Survei langsung berupa item pernyataan untuk dicari tanggapan peserta yang pernah mendapatkan pelayanan dari PT Taspen (Persero) Cabang Palembang dan Bengkulu baik secara online ataupun offline.

Metode Penelitian

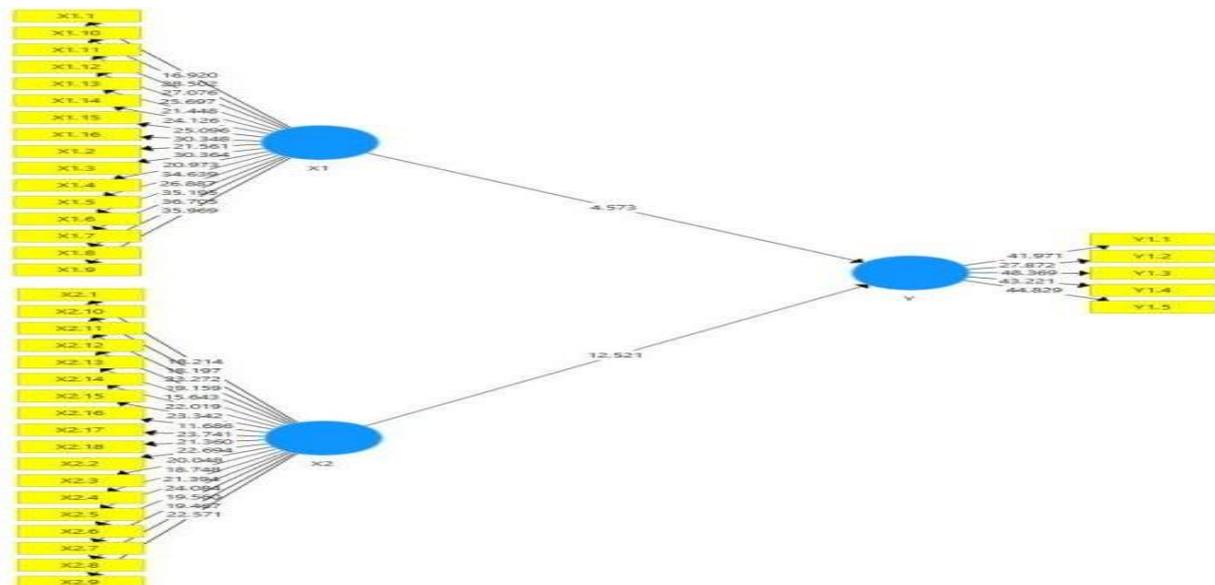
Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis Structural Equation Model (SEM) yaitu teknik multivariat yang menggabungkan aspek analisis faktor dan 46 regresi berganda. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menguji serangkaian hubungan ketergantungan yang saling terkait antara variabel yang diukur dan konstruksi laten (variabel), serta antara beberapa konstruksi laten (Hair *et al.*, 2019). Metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS).

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan uji hipotesis pada SEM PLS, dimana menggunakan metode bootstrapping untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Metode bootstrapping merupakan metode yang berbasis resampling data sampel dengan syarat pengembalian pada datanya dalam menyelesaikan statistik ukuran suatu sampel dengan harapan sampel tersebut dapat mewakili data populasinya (Hair *et al.*, 2010).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil *bootstrapping* untuk pengujian hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 4.2 sebagai berikut:



Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Gambar 4.2
Output Bootstrapping Pengujian Hipotesis Penelitian

Setelah dilakukan *bootstrapping* maka didapati hasil dari *total effect* yang digunakan untuk menilai tingkat signifikansi pengujian hipotesis. *Total effect* merupakan hasil penjumlahan dari *direct* dan *indirect effect* (Hair *et al.*, 2017). Untuk menilai tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis, nilai *path coefficient* yang ditunjukkan oleh nilai t-statistik antara

variabel independen ke variabel dependen harus di atas 1,97 pada hipotesis dua arah untuk pengujian pada alpha 5% dan *power* 80% (Hair *et al.*, 2010). Hasil *total effect* setelah dilakukan *bootstrapping* dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7
Total Effect (Mean, STDEV, T-Statistic)

	<i>Path Coefficients</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T (O/STDEV)</i>	<i>Statistics P Value</i>	Hasil
KPO => KP	0.479	0.460	0.090	5.295	0.000	Diterima
KDL => KP	0.195	0.179	0.108	1.107	0.062	Ditolak

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan *total effect* pada Tabel 4.7. hipotesis tersebut diterima. pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai *t-statistic* yaitu harus lebih besar t-tabel yaitu 1,97 untuk dapat membuktikan bahwa hipotesis tersebut dapat diterima.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis pertama terbukti didalam penelitian ini, yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada peserta PT. Taspen (Persero). Hubungan antara Kualitas Pelayanan Offline dan Kepuasan Pelanggan adalah positif dan signifikan dengan Path Coefficient sebesar 0.479. Dari hasil pengujian hipotesis pertama artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan peserta yang menggunakan pelayanan secara langsung yang diberikan oleh karyawan PT. Taspen (Persero). Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penemuan Maulidah *et al.*, (2019) dalam Erlinda *et al.*, (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan 80 mempunyai pengaruh yang paling besar dalam memberikan tindakan kepuasan pelanggan, artinya pelayanan merupakan faktor yang paling kritis dan diharapkan oleh pelanggan dalam memberikan tindakan kepuasan pelanggan, jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Suyitno (2018) dalam Erlinda *et al.*, (2022) juga menjelaskan bahwa yang lebih dominan pengaruhnya terhadap tindakan kepuasan pelanggan adalah variabel kualitas pelayanan, artinya kualitas pelayanan mendominasi untuk meningkatkan tindakan kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Digitalisasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis kedua ditolak didalam penelitian ini. Kualitas digitalisasi layanan berpengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada peserta PT. Taspen (Persero). Besaran pengaruh antar kedua variabel tersebut adalah sebesar 0.195. Dari hasil analisis ini dapat dimaknai bahwa semakin baik kualitas digitalisasi layanan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan peserta yang menggunakan layanan digital PT. Taspen (Persero). Hasil dari penelitian ini bertolak belakang dengan penemuan Josua *et al.*, (2017) yang menjelaskan bahwa kualitas digitalisasi layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian, hasil penelitian Chairunisa dan Rahmayati (2022) juga menjelaskan bahwa ada

pengaruh yang signifikan variabel layanan digital terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian Chairunisa dan Rahmayati (2022) layanan digital berpengaruh positif sebesar 78% terhadap kepuasan nasabah karena layanan digital sangat berpengaruh besar terhadap kemudahan bertransaksi yang dilakukan nasabah dan yang paling memberi pengaruh layanan digital dapat melakukan transaksi secara langsung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Kualitas layanan offline berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Taspen (Persero). Hal ini mengindikasikan peningkatan kualitas layanan pada layanan offline akan dapat mendorong kepuasan pelanggan secara signifikan. 2. Kepuasan pelanggan di PT Taspen (Persero) melalui kualitas layanan digital juga diperoleh nilai pengaruh yang positif namun tidak signifikan. Hal ini memiliki makna bahwa penggunaan layanan online oleh pengguna tidak memberikan pengaruh yang signifikan atas kepuasan pengguna. 3. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan offline lebih diminati oleh pelanggan PT Taspen (Persero) dibandingkan dengan kualitas layanan online. Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa selaras dengan Core Business PT Taspen (Persero) yang melayani pengurusan para pensiunan maka pelanggan lebih menyenangi layanan secara offline dibandingkan dengan layanan online.

Saran

Berdasarkan temuan tersebut maka penulis dapat memberikan saran dan rekomendasi antara lain :

1. Pengelolaan layanan secara langsung (offline) perlu ditingkatkan agar kenyamanan layanan dapat diciptakan sesuai yang dijanjikan dalam prinsip layanan Taspen yakni Tepat Waktu, Tepat Jumlah, Tepat Tempat, Tepat Orang, dan Tepat Administrasi.
2. Kemampuan petugas layanan harus ditingkatkan dari segi pengetahuan, keterampilan, kecepatan, dan etika dalam melayani sesuai panduan standar etika layanan, dikarenakan pelanggan sudah berusia lanjut dengan karakter yang berbeda-beda, sehingga perlu memberikan empati dan pelayanan secara khusus.
3. Panataan ruangan tunggu, kebersihan, dan sarana penunjang lainnya (seperti kursi roda, toilet disabilitas, dll) perlu diperhatikan, agar pelanggan lebih nyaman dalam menjalankan proses layanan.
4. Taspen (Persero) seyogianya dapat memberikan jaminan dan keyakinan (assurance) kepada peserta pensiun, khususnya menanggapi isu negatif (hoax) yang beredar secara luas.
5. Digitalisasi layanan perlu mendapatkan perhatian yang lebih diutamakan karena peserta cenderung lebih memilih pelayanan secara offline. Hal ini bisa disebabkan karena ketidaktahuan peserta akan layanan digital termasuk tata cara penggunaannya. Selain itu dapat juga disebabkan karena produk layanan digital yang masih belum user friendly untuk kalangan pensiunan. Untuk itu, penulis menyarankan agar dapat dilakukan sosialisasi secara intensif melalui

tatap muka, media cetak, media elektronik, ataupun media sosial tentang tata cara penggunaan layanan digital tersebut. Selain itu, layanan digital juga perlu dikembangkan agar lebih user friendly dan memudahkan peserta.

6. Keterbatasan penelitian ini dari segi waktu penelitian yang cukup singkat, sehingga tidak tereksplorasi secara lebih spesifik. Untuk itu, bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai dasar acuan untuk penelitian selanjutnya secara lebih spesifik terkait efektivitas masing-masing produk layanan digital yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, BJ, Saleh, Akoi, S., Abdulrahman, AA, Muhamed, AS, Noori, HN, Anwar, G.(2021). Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction: Case study at Online Meeting Platforms. *International journal of Engineering, Business and Management* (Vol. 5, No. 2, pp. 65-77).
- Anwar, K. (2017). Analyzing the conceptual model of service quality and its relationship with guests'satisfaction: A Study Of Hotels In Erbil. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 25(2), 1-16 .
- Atef, T. M. (2011). Assessing the ability of the Egyptian hospitality industry to serve special needs customers. *Journal of Managing Leisure*, 16(3), 231–242. doi:10.1080/13606719.2011.583410.
- Bakti, Tri Rakhmawati, Sik Sumaedi, Tri Widiyanti, Medi Yarmen, Nidya J. Astrini (2020). Public transport users' WOM: an integration model of the theory of planned behavior, customer satisfaction theory, and personal norm theory. Elsevier B V. 2352-1465 .
- Bloomberg, J. (2018) Digitalization and digital transformation: confusing them at your peril. *Forbes* Taken on Aug. 28, 1-6.
- Chairunisa, lia, dan Rahmayati (2022). Pengaruh Layanan Digital Dan Non Digital Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia). *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, Vol. 1, No. 3.
- Chang, H.H., Wang, Y.H. and Yang, W.Y. (2009), "The impact of e-service quality, customer satisfaction and loyalty on e-marketing: moderating effect of perceived value", *Total Quality Management*, Vol. 20 No. 4, pp. 423-443.
- Erlinda Eka, U. ., Purnama, S., & Tamzil, F. (2022). The Effect Of Service Quality, Product Quality, And Chatime Product Promotion On Customer Satisfaction (Case Study Of Chatime Customers In The Central Jakarta Region). *APTISI Transactions on Management*, 6(1).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Advanced Diagnostics for Multiple Regression: A Supplement to Multivariate Data Analysis*.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). *Customer relationship management. Springer Texts in Business and Economics*. Springer-Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-55381-7>.

- Laudon, J.P., & Laudon K.C., (2017). Management information systems: managing digital companies. Pearson Publishing.
[https://www.perason.com/uk/educators/higher-education educators/product/Laudon-Management-Information-SystemsManaging-the- Digital-Firm-Global-Edition-15thEdition/9781292211756.html](https://www.perason.com/uk/educators/higher-education educators/product/Laudon-Management-Information-SystemsManaging-the-Digital-Firm-Global-Edition-15thEdition/9781292211756.html).
- Oliver, R.L., (1997). Satisfaction: a Behavioral Perspective on the Consumer. IrwinMcGraw-Hill, New York, NY.
- Raza, Erwin, , La Ode Sabaruddin, Aziza Leila Komala (2020). Manfaat dan Dampak Digitalisasi Logistik di Era Industri 4.0. Jurnal Logistik Indonesia Vol 4 , No.1.
- Syed Ali, R., Amna, U., M. Asif, Q., Abdul, S.D., 2020. Internet banking service quality, e-customer satisfaction and loyalty: the modified e-SERVQUAL model. DOI 10.1108/TQM-02-2020-0019.
- Teas, R. K. (1993). Consumer expectations and the measurement of perceived service quality. J. Prof. Serv. Market. 8, 33–54. doi: 10.1080/15332969.1993.9985048.
- Zhou, R., Wang, X., Shi, Y., Zhang, R., Zhang, L., and Guo, H. (2019). Measuring eservice quality and its importance to customer satisfaction and loyalty: an empirical study in a telecom setting. Elect. Comm. Res. 19, 477–499. doi:10.1007/s10660-018-9301-3.