

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data yang merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses selanjutnya yaitu menguji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden yang menjadi objek dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenjang sekolah, program studi, dan asal daerah.

##### 4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini hasil dari pengumpulan data kuesioner yang disebarkan dalam objek penelitian adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Jenjang Sekolah**

No	Jenjang Sekolah	Jumlah (orang)
1	SMA	49
2	SMK	34
3	MA	7
<b>TOTAL</b>		90

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenjang sekolah tertinggi diketahui SMA artinya mahasiswa baru tahun ajaran 2021/2022 di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya masing-masing didominasi oleh mahasiswa lulusan SMA sebanyak 49 orang.

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi**

No	Program Studi	Jumlah (orang)
1	Manajemen	27
2	Akuntansi	12
3	Bisnis Digital	7

4	Sistem Informasi	17
5	Sistem Komputer	13
6	Teknik Informatika	5
7	Desain Komunikasi Visual	9
<b>TOTAL</b>		90

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan program studi diketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu Program Studi Manajemen artinya mahasiswa baru tahun ajaran 2021/2022 di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya masing-masing didominasi oleh Program Studi Manajemen sebanyak 27 orang.

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah**

No	Asal Daerah	Jumlah (Orang)
1	Bandar Lampung	54
2	Metro	2
3	Lampung Barat	5
4	Lampung Tengah	4
5	Lampung Timur	1
6	Lampung Utara	1
7	Lampung Selatan	11
8	Pesisir Barat	1
9	Pringsewu	2
10	Tanggamus	0
11	Pesawaran	3
12	Way Kanan	5
13	Tulang Bawang	0
14	Tulang Bawang Barat	1
15	Mesuji	0
<b>TOTAL</b>		90

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan asal daerah diketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu asal daerah Bandar Lampung artinya mahasiswa baru tahun ajaran 2021/2022 di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya masing-masing didominasi oleh Asal Daerah Bandar Lampung sebanyak 54 orang.

#### **4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian**

Hasil jawaban mengenai kuisioner yang disebar kepada 90 responden, dengan 33 pernyataan, yaitu:

Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	Jawaban									
		STS (1)		TS (2)		CS (3)		S (4)		SS (5)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru memberikan informasi secara akurat	1	1,1	5	5,6	20	22,2	45	50,0	19	21,1
2	Prosedur layanan pendaftaran calon mahasiswa tidak berbelit-belit	0	0,0	7	7,8	13	14,4	47	52,2	23	25,6
3	Pelayanan yang diberikan staff Penerimaan Mahasiswa Baru dilakukan secara cepat	0	0,0	0	0,0	9	10,0	36	40,0	45	50,0
4	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru memberikan pelayanan secara maksimal kepada calon mahasiswa	2	2,2	6	6,7	25	27,8	35	38,9	22	24,4
5	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru memiliki pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan	4	4,4	7	7,8	33	36,7	30	33,3	16	17,8
6	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru memberikan informasi dengan penjelasan ulang kepada calon mahasiswa	9	10,0	17	18,9	13	14,4	35	38,9	16	17,8
7	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru bersedia membantu calon mahasiswa ketika mengalami kesulitan dalam mendaftar	4	4,4	6	6,7	27	30,0	35	38,9	18	20,0
8	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru selalu mengutamakan kepentingan calon mahasiswa	0	0,0	0	0,0	13	14,4	39	43,3	38	42,2
9	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru	1	1,1	6	6,7	18	20,0	35	38,9	30	33,3

	menangani keluhan sesuai dengan apa yang dikeluhkan calon mahasiswa										
10	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru merespon kebutuhan dan keluhan layanan dari calon mahasiswa	0	0,0	1	1,1	18	20,0	53	58,9	18	20,0
11	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru dapat bekerja sama dengan calon mahasiswa untuk mengatasi masalah dalam pelayanan	4	4,4	7	7,8	33	36,7	30	33,3	16	17,8
12	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap calon mahasiswa	2	2,2	8	8,9	21	23,3	45	50,0	14	15,6

Sumber: Data diolah Tahun 2022

Data pada tabel 4.4 diperoleh jawaban pernyataan yang diajukan ke 90 responden, mengenai variabel kualitas pelayanan (X1) yaitu, pernyataan mengenai” Pelayanan yang diberikan staff Penerimaan Mahasiswa Baru dilakukan secara cepat “ dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 45 orang atau 50 %. Sedangkan pernyataan 12 mengenai “Staff Penerimaan Mahasiswa Baru selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap calon mahasiswa “ mendapat respon terendah dengan mendapatkan jawaban sangat setuju sebanyak 14 orang atau 15,6%.

**Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Komunikasi Interpersonal (X2)**

No	Pernyataan	Jawaban									
		STS (1)		TS (2)		CS (3)		S (4)		SS (5)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru merespon pertanyaan secara jujur sesuai dengan keadaan yang sebenarnya	0	0,0	3	3,3	19	21,1	43	47,8	25	27,8
2	Staff Penerimaan	4	4,4	13	14,4	28	31,1	33	36,	12	13,3

	Mahasiswa Baru menanyakan kepada calon mahasiswa apabila ada yang kurang jelas dalam penjelasan staff								7		
3	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru menyambut calon mahasiswa ketika memulai dan mengakhiri pelayanan	1	1,1	3	3,3	24	26,7	42	46,7	20	22,2
4	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru selalu mengucapkan terimakasih	5	5,6	9	10,0	22	24,4	39	43,3	15	16,7
5	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru memperhatikan dengan serius ketika berkomunikasi	3	3,3	8	10,0	29	32,2	39	43,3	10	11,1
6	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru menghargai calon mahasiswa sebagai konsumen	1	1,1	6	6,7	18	20,0	37	41,1	28	31,1
7	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru sering tersenyum atau menganggukan kepala tanda mendukung pendapat/keinginan calon mahasiswa	0	0,0	3	3,3	21	23,3	33	36,7	33	36,7
8	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru bersikap baik dalam menghadapi calon mahasiswa yang membutuhkan bantuan	15	16,7	9	10,0	18	20,0	36	38,9	13	14,4
9	Mengerti setiap penjelasan yang diberikan oleh staff Penerimaan Mahasiswa Baru	1	1,1	8	8,9	26	28,9	40	44,4	15	16,7
10	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru menciptakan suasana hangat dengan calon mahasiswa	2	2,2	16	17,8	22	24,4	40	44,4	10	11,1

11	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru memberi kesempatan untuk saling merespon kepada calon mahasiswa	3	3,3	7	7,8	23	25,6	41	45,6	16	17,8
12	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru dalam melayani menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	1	1,1	1	1,1	10	11,1	47	52,2	31	34,4

Sumber: Data diolah Tahun 2022

Data pada tabel 4.5 diperoleh jawaban pernyataan yang diajukan ke 90 responden, mengenai variabel komunikasi interpersonal (X2) yaitu, pernyataan 7 mengenai” Staff Penerimaan Mahasiswa Baru sering tersenyum atau menganggukan kepala tanda mendukung pendapat/keinginan calon mahasiswa “ dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 33 orang atau 36,7%. Sedangkan pernyataan 5 mengenai “Staff Penerimaan Mahasiswa Baru memperhatikan dengan serius ketika berkomunikasi “ mendapat respon terendah dengan mendapatkan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau 11,1%.

**Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Kepuasan Mahasiswa (Y)**

No	Pernyataan	Jawaban									
		STS (1)		TS (2)		CS (3)		S (4)		SS (5)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Staff Penerimaan Mahasiswa Baru memberikan informasi yang relevan atau tepat	8	8,9	6	6,7	18	20,0	36	40,0	22	24,4
2	Layanan yang diberikan Staff Penerimaan Mahasiswa Baru sesuai dengan harapan	4	4,4	7	7,8	14	15,6	44	48,9	21	23,3
3	Kemampuan staff Penerimaan Mahasiswa Baru dalam melayani dan menangani keluhan sesuai dengan harapan	14	15,6	15	16,7	27	30,0	24	26,7	10	11,1

4	Menyarankan teman atau kerabat untuk mendaftar kuliah di IIB Darmajaya	34	37,8	16	17,8	20	22,2	15	16,7	5	5,6
5	Menyarankan teman atau kerabat untuk mendaftar kuliah di IIB Darmajaya setelah merasakan nilai atau manfaat dari pelayanan yang ada	12	16,7	18	20,0	29	32,2	18	20,0	10	11,1
6	Menyarankan teman atau kerabat untuk mendaftar kuliah di IIB Darmajaya setelah merasakan pelayanan yang diberikan	22	24,4	15	16,7	19	21,1	27	30,0	7	7,8
7	Merasa puas setelah merasakan pelayanan yang diberikan staff Penerimaan Mahasiswa Baru	13	14,4	16	17,8	22	24,4	25	27,8	14	15,6
8	Merasa puas dengan sikap dan tanggapan yang diberikan staff Penerimaan Mahasiswa Baru	10	11,1	17	18,9	21	23,3	28	31,1	14	15,6
9	Merasa puas dengan sikap ramah tamah yang diberikan staff Penerimaan Mahasiswa Baru	2	2,2	7	7,8	28	31,1	37	41,1	16	17,8

Sumber: Data diolah tahun 2022

Data pada tabel 4.6 diperoleh jawaban pernyataan yang diajukan ke 90 responden, mengenai variabel kepuasan konsumen (Y) yaitu, pernyataan 1 mengenai "Staff Penerimaan Mahasiswa Baru memberikan informasi yang relevan atau tepat " dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 22 orang atau 24,4%. Sedangkan pernyataan 4 mengenai "Menyarankan teman atau kerabat untuk mendaftar kuliah di IIB Darmajaya " mendapat respon terendah dengan mendapatkan jawaban sangat setuju sebanyak 5 orang atau 5,6%.

## 4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

### 4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan korelasi *product moment*. Hasil pengujian validitas menggunakan kriteria apabila  $Sig < Alpha$  maka dinyatakan valid, sedangkan apabila  $Sig > Alpha$  maka dinyatakan tidak valid dengan alpha 0,05.

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil uji validitas tiap-tiap pernyataan dari variabel pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

Item Pernyataan	Sifnikansi	Alpha	Simpulan
Pernyataan 1	0,001	0,05	Valid
Pernyataan 2	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 3	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 4	0,006	0,05	Valid
Pernyataan 5	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 6	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 7	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 8	0,001	0,05	Valid
Pernyataan 9	0,015	0,05	Valid
Pernyataan 10	0,005	0,05	Valid
Pernyataan 11	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 12	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan mengenai Kualitas Pelayanan (X1). Hasil yang didapat yaitu nilai sig  $< 0,05$  (Alpha). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai kualitas pelayanan berdasarkan jawaban dinyatakan valid.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Interpersonal (X2)**

Item Pernyataan	Sifnikansi	Alpha	Simpulan
Pernyataan 1	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 2	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 3	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 4	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 5	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 6	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 7	0,000	0,05	Valid



Pernyataan 8	0,019	0,05	Valid
Pernyataan 9	0,028	0,05	Valid
Pernyataan 10	0,014	0,05	Valid
Pernyataan 11	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 12	0,015	0,05	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan mengenai Komunikasi Interpersonal (X2). Hasil yang didapat yaitu nilai  $\text{sig} < 0,05$  (Alpha). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai komunikasi interpersonal berdasarkan jawaban dinyatakan valid.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Mahasiswa (Y)**

Item Pernyataan	Signifikansi	Alpha	Simpulan
Pernyataan 1	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 2	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 3	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 4	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 5	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 6	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 7	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 8	0,000	0,05	Valid
Pernyataan 9	0,001	0,05	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan mengenai Kepuasan Konsumen (Y). Hasil yang didapat yaitu nilai  $\text{sig} < 0,05$  (Alpha). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai kepuasan konsumen berdasarkan jawaban dinyatakan valid.

#### 4.2.2 Uji Realibilitas

Setelah uji validitas maka pengujian kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel X1, X2, dan instrumen Y menggunakan Alpha Cronbach dengan bantuan program SPSS 20. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut

**Tabel 4.10 Daftar Interpretasi Koefisien**

Koefisien r	Realibilitas
0,8000 - 1,0000	Sangat Tinggi

0,6000 - 0,7999	Tinggi
0,4000 - 0,5999	Sedang
0,2000 - 0,3999	Rendah
0,0000 - 0,1000	Sangat Rendah

Sumber: Suliyanto, 2018

Berdasarkan tabel 4.10 ketentuan reliable diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian yang disebarkan kepada 30 responden dalam penelitian ini diperoleh nilai seperti pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,857	Realibilitas Sangat Tinggi
Komunikasi Interpersonal (X2)	0,811	Realibilitas Sangat Tinggi
Kepuasan Konsumen (Y)	0,912	Realibilitas Sangat Tinggi

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.11 konsultasi pada daftar interprestasi koefisien r, maka dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dengan nilai Alpha sebesar 0,857 memiliki tingkat kreabilitas sangat tinggi, variabel komunikasi interpersonal (X2) dengan nilai Alpha sebesar 0,811 memiliki tingkat kreabilitas sangat tinggi, sedangkan variabel kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai Alpha sebesar 0,912 memiliki tingkat kreabilitas sangat tinggi.

### 4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

#### 4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah refresentatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggungjawabkan. Untuk menguji normalitas pada peneliti menggunakan program SPSS 20. Kriteria pengujian:

**Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Sig	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,079	0,05	Normal
Komunikasi Interpersonal (X2)	0,200	0,05	Normal
Kepuasan Konsumen (Y)	0,075	0,05	Normal

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Dari hasil perhitungan normalitas pada tabel 4.12 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signfikansi untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,079 lebih besar dari 0,05 yang berarti  $H_0$  diterima, variabel komunikasi interpersonal (X2) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 yang berarti  $H_0$  diterima, variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,075 lebih besar dari 0.05 yang berarti  $H_0$  diterima. Hasil nilai signifikansi untuk keseluruhan variabel lebih besar dari nilai *Alpha* (0,05) yang berarti data terdistribusi normal.

#### 4.3.2 Hasil Uji Linieritas

Uji Linieritas adalah untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan salah atau benar. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.

Rumusan hipotesis:

$H_0$  : model regresi berbentuk linier.

$H_a$  : model regresi tidak berbentuk linier.

Dengan kriteria :

1. Jika probabilitas (sig) > 0,05 (alpha) maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak
2. Jika probabilitas (sig) < 0,05 (alpha) maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima

Berikut merupakan hasil dari uji linieritas :

**Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas**

Variabel	Sig	Alpha	Simpulan	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1) Kepuasan Konsumen (Y)	0,440	0,05	Sig > Alpha	Linier
Komunikasi Interpersonal (X2) Kepuasan Konsumen (Y)	0,583	0,05	Sig > Alpha	Linier

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Dari hasil perhitungan linieritas pada tabel 4.13 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh sebesar 0,440 dan variabel komunikasi interpersonal (X2) sebesar 0,583 dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai sig > 0,05 yang berarti data dari populasi tersebut linier.

### 4.3.3 Hasil Uji Multikolinier

Uji multikolinier digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antar sesama variabel independen. Hasil uji tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinier**

Variabel	Tolerance	VIF	Kondisi	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,467	2,142	VIF < 10 Atau <i>Tolerance</i> > 0,1	Tidak Ada Gejala Multikolinier
Komunikasi Interpersonal	0,467	2,142	VIF < 10 Atau <i>Tolerance</i> > 0,1	Tidak Ada Gejala Multikolinier

Sumber : Hasil olah data tahun 2022

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.14 coefficients kualitas pelayanan nilai VIF = 2,142 < 10 atau nilai *tolerance* = 0,467 > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas, dan komunikasi interpersonal VIF = 2,142 < 10 atau nilai *tolerance* = 0,467 > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas.

## 4.4 Metode Analisis

### 4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> = Komunikasi Interpersonal

$\alpha$  = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi untuk variabel Komunikasi Interpersonal

e = Variabel pengganggu

Tabel 4.15 Hasil Analisis Linier Berganda

Variabel	B	Std. Error
Constant	-1,647	5,217
Kualitas Pelayanan	0,318	0,153
Komunikasi Interpersonal	0,349	0,159

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Dari tabel 4.15 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 20, diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = -1,647 + 0,318(X1) + 0,349(X2)$$

1. Koefisien Konstanta (Y)

Variabel (Y) atau dalam hal ini adalah kepuasan konsumen tetap sebesar -1,647 dengan anggapan bahwa variabel lainnya konstan.

2. Koefisien Kualitas Pelayanan (X1)

Setiap penambahan 1 satuan variabel kualitas pelayanan (X1) maka kepuasan konsumen (Y) akan bertambah sebesar 0,318 satuan.

3. Koefisien Komunikasi Interpersonal (X2)

Setiap penambahan variabel komunikasi interpersonal (X2) maka kepuasan konsumen (Y) akan bertambah sebesar 0,349 satuan.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel standardized coefficients Beta dapat disimpulkan data-data yang diperoleh dalam penelitian ini bahwa variabel kualitas pelayanan 0,318 dan komunikasi interpersonal 0,349.

Tabel 4.16 Koefisien Korelasi

Variabel	R	R <sup>2</sup> (R Square)
Kualitas Pelayanan (X1)	0,529	0,280
Komunikasi Interpersonal (X2)		

Sumber : Hasil olah data tahun 2022

Dari tabel 4.16 diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi diperoleh R = 0,529 yang menunjukkan tingkat hubungan antara kualitas pelayanan dan

komunikasi interpersonal terhadap kepuasan konsumen adalah positif dan kuat. Sedangkan R Square ( $R^2$ ) diperoleh sebesar 0,264 yang artinya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal sebesar, sedangkan sisanya yaitu dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain.

## 4.5 Hasil Uji Hipotesis

### 4.5.1 Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikan, yaitu pengujian hipotesis melalui uji t pada penelitian ini mengenai Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), Dan Komunikasi Interpersonal (X2) terhadap Kepuasan Konsumen

**Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Uji t**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,041	0,05	Sig < Alpha	Ho ditolak Ha diterima
Komunikasi Interpersonal	0,030	0,05	Sig < Alpha	Ho ditolak Ha diterima

Sumber : Hasil olah data tahun 2022

#### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Ho = Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Ha = Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel 4.17 didapat perhitungan pada kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai sig (0,041) < (0,05) dengan demikian Ho ditolak Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

#### 2. Pengaruh Komunikasi Interpersonal (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Ho = Komunikasi Interpersonal (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

$H_a$  = Komunikasi Interpersonal (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel 4.17 didapat perhitungan pada komunikasi interpersonal (X1) diperoleh nilai sig (0,030) < (0,05) dengan demikian  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

#### 4.5.2 Hasil Uji F

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan kedalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.18 Hasil Uji F**

Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
0,000	0,05	Sig < Alpha	Berpengaruh

Sumber : Hasil olah data tahun 2022

Pengujian Anova dipakai untuk menggambarkan tingkat pengaruh secara bersama-sama antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan komunikasi interpersonal (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian sig < alpha maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (X1) dan komunikasi interpersonal (X2).

## 4.6 Pembahasan

### 4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Mahasiswa Baru di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Berdasarkan hasil penelitian diketahui kualitas pelayanan *frontliner* (X1) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa baru (Y) yang artinya kualitas pelayanan memberikan dampak terhadap kepuasan mahasiswa baru di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. Semakin baik pelayanan yang diberikan staf penerimaan mahasiswa baru maka akan terciptanya rasa puas bagi calon mahasiswa baru. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dijelaskan oleh Lewis dan Booms dalam

Tjiptono (2012) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan pelanggan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Mediana Handayani dan Elisa Pandanwangi (2021) yang berjudul Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa penelitian menunjukkan bahwasanya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

#### **4.6.2 Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Frontliner* Terhadap Kepuasan Mahasiswa Baru di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa baru (Y) artinya komunikasi interpersonal memberikan dampak terhadap kepuasan mahasiswa baru di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. Apabila komunikasi interpersonal yang terjadi antara staf penerimaan mahasiswa baru dan mahasiswa baru terjalin dengan baik maka akan timbul rasa kepuasan akan komunikasi interpersonal. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa Kepuasan Mahasiswa Baru dipengaruhi oleh Komunikasi Interpersonal, selaras dengan Kotler dan Armstrong (Zain, 2019) bahwa konsumen akan lebih merasakan kepuasan dengan karyawan yang memiliki kemampuan dalam teknik berinteraksi dengan orang lain dan mempunyai kemampuan dalam persepsi sosial agar mampu membaca perasaan, sikap, dan keyakinan konsumen. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Gilang Habibi dan Dra. Christina Tri Hendriyani (2021) yang berjudul pengaruh komunikasi interpersonal, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen jasa layanan grab di Kota Yogyakarta penelitian menunjukkan bahwasanya komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.



#### **4.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Mahasiswa Baru di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Komunikasi Interpersonal (X2)) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Artinya Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal bersamaan memberikan dampak penting terhadap kepuasan mahasiswa baru. Sesuai dengan hasil penelitian dari Khoirudin Zain (2019) yang berjudul pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan ojek online di Kota Malang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menjelaskan apabila kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal yang diberikan baik seperti selalu membangun hubungan harmonis, memberikan perhatian, bersikap empati, jaminan, maupun daya tanggap maka hal tersebut secara bersama-sama akan berdampak meningkatnya kepuasan konsumen. Jadi, semakin baik kualitas pelayanan dan kemampuan komunikasi interpersonal yang diberikan oleh staf, maka semakin tinggi kepuasan mahasiswa baru. Sebaliknya, semakin rendah kualitas pelayanan dan kemampuan komunikasi interpersonal yang diberikan oleh staf, maka semakin rendah pula kepuasan mahasiswa baru.