

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Perusahaan

Data yang akan diulas mencakup berbagai aspek. Responden penelitian ini ialah konsumen yang berlangganan di PT Multi Konsulindo Sukses Makmur di Batam. Metode pengumpulan data diterapkan dengan mendistribusikan kuesioner untuk 148 responden dan akan digarap dan dianalisis memakai program software SPSS versi 25. Karakteristik pada penelitian ini mencakup jenis wajib pajak, jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan perbulan.

4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Wajib Pajak

Perolehan persentase untuk kategori wajib pajak yakni:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Wajib Pajak

		Wajib_Pajak			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Badan Usaha	63	42.6	42.6	42.6
	Orang Pribadi	85	57.4	57.4	100.0
	Total	148	100.0	100.0	

Sumber: SPSS 25, 2021

Relevan tabel 4.1 diketahui responden merupakan 63 badan usaha (42,6%) dan 85 orang pribadi (57,4%). Disimpulkan jumlah responden orang pribadi lebih banyak daripada responden badan usaha.

4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Perolehan persentase untuk kategori jenis kelamin yakni:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	59	39.9	39.9	39.9
	Perempuan	26	17.6	17.6	57.4
	Badan Usaha	63	42.6	42.6	100.0
	Total	148	100.0	100.0	

Sumber: SPSS 25, 2021

Relevan tabel 4.2 diketahui responden berjenis kelamin laki-laki yakni 59 orang (39,9%), responden perempuan yakni 26 orang (17,6%) dan responden badan usaha yakni 63 responden (42,6%). Dengan mengesampingkan badan usaha, disimpulkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak daripada responden perempuan.

4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Perolehan persentase untuk kategori usia yakni:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25-30 Tahun	20	13.5	13.5	13.5
	30-40 Tahun	46	31.1	31.1	44.6
	>40 Tahun	19	12.8	12.8	57.4
	Badan Usaha	63	42.6	42.6	100.0
Total		148	100.0	100.0	

Sumber: SPSS 25, 2021

Relevan tabel 4.3 diketahui responden dengan rentang usia 25 tahun s/d 30 tahun berjumlah yakni 20 orang (13,5%), 30 tahun s/d 40 tahun berjumlah yakni 46 orang (31,1%), diatas 40 tahun berjumlah yakni 19 orang (12,8%) dan badan usaha berjumlah yakni 63 responden. Dengan mengesampingkan badan usaha,

disimpulkan bahwa responden dengan usia 30 tahun s/d 40 tahun lebih banyak daripada usia yang lain. Artinya konsumen di PT Multi Konsulindo Sukses Makmur didominasi dengan konsumen berusia 30 tahun s/d 40 tahun.

4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi

Perolehan persentase untuk kategori pendidikan tertinggi yakni:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	7	4.7	4.7	4.7
	SMA/K	20	13.5	13.5	18.2
	S1	54	36.5	36.5	54.7
	S2	4	2.7	2.7	57.4
	Badan Usaha	63	42.6	42.6	100.0
	Total	148	100.0	100.0	

Sumber: SPSS 25, 2021

Relevan tabel 4.4 diketahui lulusan SMP yakni 7 orang (4,7%), lulusan SMA/K yakni 20 orang (13,5%), lulusan S1 yakni 54 orang (36,5%), lulusan S2 yakni 4 orang (2,7%) dan badan usaha dengan 63 responden (42,6%). Dengan mengesampingkan badan usaha, disimpulkan bahwa konsumen yang terbanyak adalah konsumen dengan lulusan S1 (36,5%).

4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Perolehan persentase untuk kategori pendapatan perbulan yakni:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp 4.000.000 - Rp 6.000.000	5	3.4	3.4	3.4
	> Rp 6.000.000	80	54.1	54.1	57.4
	Badan Usaha	63	42.6	42.6	100.0
	Total	148	100.0	100.0	

Sumber: SPSS 25, 2021

Relevan tabel 4.5 diketahui konsumen dengan perndapatan Rp 4.000.000 – Rp 6.000.000 yakni 5 orang (3,4%), diatas Rp 6.000.000 yakni 80 orang (54,1%) dan badan usaha yakni 63 responden (42,6%). Dengan mengesampingkan badan usaha, disimpulkan bahwa pendapatan konsumen didominasi dengan pendapatan diatas Rp 6.000.000.

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif

4.2.1.1. Variabel Kualitas Jasa

Pada penelitian ini variabel kualitas jasa diukur dengan menggunakan 5 indikator dan setiap indikatornya terdiri dari 1 pernyataan dengan teknik pengumpulan data melalui kuisisioner. Hasil uji analisis deskriptif variabel kualitas jasa (X1) sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Frekuensi Responden Variabel Kualitas Jasa

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total	Jumlah Sampel	Mean
	1	2	3	4	5			
Konsumen merasa jasa yang diberikan dapat diandalkan dan tepat waktu	7	4	39	45	53	577	148	3,90

PT Multi Konsulindo Sukses Makmur cepat dalam merespon dan menyelesaikan permasalahan konsumen	9	7	36	43	53	568	148	3,84
PT Multi Konsulindo Sukses Makmur memberikan jaminan terhadap jasa yang diberikan	2	9	57	44	36	547	148	3,70
PT Multi Konsulindo Sukses Makmur melayani dengan kejujuran dan kesabaran	15	10	35	56	32	524	148	3,54
PT Multi Konsulindo Sukses Makmur memiliki fasilitas dan menjaga kebersihan lingkungan kerjanya	8	11	25	50	54	575	148	3,89
Total Skor								2791
Rata-rata Mean								3,77

Sumber: SPSS 25, 2021

Relevan tabel 4.6 yakni pernyataan yang mendapatkan skor tertinggi yakni “Konsumen merasa jasa yang diberikan dapat diandalkan dan tepat waktu” dengan perolehan skala 577 dan pernyataan dengan skor terendah yakni “PT Multi Konsulindo Sukses Makmur melayani dengan kejujuran dan kesabaran” dengan perolehan skala 524. Dengan nilai rata-rata 3,77 menunjukkan bahwa jawaban responden ialah setuju.

4.2.1.2. Variabel Komunikasi

Pada penelitian ini variabel komunikasi diukur dengan menggunakan 5 indikator dan setiap indikatornya terdiri dari 1 pernyataan dengan teknik

pengumpulan data melalui kuisioner. Hasil uji analisis deskriptif variabel komunikasi (X2) sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Frekuensi Responden Variabel Komunikasi

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total	Jumlah Sampel	Mean
	1	2	3	4	5			
Komunikasi yang dilakukan tidak jauh dari tujuan komunikasi	2	11	41	42	52	575	148	3,89
Komunikasi yang dilakukan mudah dipahami karena menggunakan komunikasi verbal dan komunikasi non verbal	4	13	48	37	46	552	148	3,73
Komunikasi yang terjadi saling berinteraksi dan memiliki tujuan masing-masing	7	13	34	38	56	567	148	3,83
Selain komunikasi verbal, komunikasi yang dilakukan juga dituliskan sehingga bisa diingat kembali	12	14	43	30	49	534	148	3,61
Komunikasi yang dilakukan memiliki interaksi satu sama lain dan bahasa yang mudah dimengerti.	5	10	56	47	30	531	148	3,59
Total Skor								2759
Rata-rata Mean								3.73

Sumber: SPSS 25, 2021

Relevan tabel 4.7 yakni pernyataan yang mendapatkan skor tertinggi yakni “Komunikasi yang dilakukan tidak jauh dari tujuan komunikasi” dengan perolehan skala 575 dan pernyataan dengan skor terendah yakni “Komunikasi yang dilakukan memiliki interaksi satu sama lain dan bahasa yang mudah dimengerti.” dengan

perolehan skala 531. Dengan nilai rata-rata 3,73 menunjukkan bahwa jawaban responden ialah setuju.

4.2.1.3. Variabel Fasilitas

Pada penelitian ini variabel fasilitas diukur dengan menggunakan 3 indikator dan total indikator adalah 5 pernyataan dengan teknik pengumpulan data melalui kuisioner. Hasil uji analisis deskriptif variabel fasilitas (X3) sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Frekuensi Responden Variabel Fasilitas

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total	Jumlah Sampel	Mean
	1	2	3	4	5			
Perabotan yang ada sudah sesuai dengan lingkungan kantor	10	5	38	42	53	567	148	3,83
Perabotan yang ada sudah tersusun simetris dengan fasilitas yang lain	12	7	36	44	49	555	148	3,75
Perencanaan ruangan membuat konsumen merasa senang	14	12	55	34	33	504	148	3,41
Tersedia perlengkapan yang lengkap sehingga merasa nyaman saat menggunakan jasa	1	13	41	60	33	555	148	3,75
Tersedia fasilitas pendukung yang membuat nyaman seperti tersedia tempat parkir dan kamar mandi	0	16	34	46	52	578	148	3,91
Total Skor								2759
Rata-rata Mean								3,73

Sumber: SPSS 25, 2021

Relevan tabel 4.8 yakni pernyataan yang mendapatkan skor tertinggi yakni “Tersedia fasilitas pendukung yang membuat nyaman seperti tersedia tempat parkir

dan kamar mandi” dengan perolehan skala 578 dan pernyataan dengan skor terendah yakni “Perencanaan ruangan membuat konsumen merasa senang” dengan perolehan skala 504. Dengan nilai rata-rata 3,73 menunjukkan bahwa jawaban responden ialah setuju.

4.2.1.4. Variabel Kepuasan Konsumen

Pada penelitian ini variabel fasilitas diukur dengan menggunakan 3 indikator dan setiap indikatornya terdiri dari 1 pernyataan dengan teknik pengumpulan data melalui kuisisioner. Hasil uji analisis deskriptif variabel kepuasan konsumen (Y) sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Frekuensi Responden Variabel Kepuasan Konsumen

Pernyataan	ST	TS	N	S	SS	Total	Jumlah Sampel	Mean
	S	2	3	4	5			
Kinerja yang dihasilkan sudah sama atau melebihi keinginan konsumen	3	17	51	59	18	516	148	3,49
Harga yang diberikan sudah sesuai dengan kapasitas konsumen	3	22	64	40	19	494	148	3,34
Harapan yang diberikan PT Multi Konsulindo Sukses Makmur selalu diwujudkan	0	28	54	43	23	505	148	3,41
Total Skor								1515
Rata-rata Mean								3,41

Sumber: SPSS 25, 2021

Relevan tabel 4.9 yakni pernyataan yang mendapatkan skor tertinggi yakni “Kinerja yang dihasilkan sudah sama atau melebihi keinginan konsumen” dengan perolehan skala 516 dan pernyataan dengan skor terendah yakni “Harga yang

diberikan sudah sesuai dengan kapasitas konsumen” dengan perolehan skala 494.

Dengan nilai rata-rata 3,41 menunjukkan bahwa jawaban responden ialah setuju.

4.2.2. Uji Kualitas Data

4.2.2.1. Hasil Uji Validitas

Nilai r_{tabel} dihitung dengan rumus $df = n - 2 = 148 - 2 = 146$ dan sig 0,05.

Hasil uji validitas data memakai program SPSS 25 dengan metode Korelasi Pearson Product Moment. Perolehan SPSS Versi 25 menunjukkan pengujian validitas dapat dilihat dari tabel 4.10 di bawah ini:

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Jasa (X1)	X1.1	0,557	0,1614	<i>Valid</i>
	X1.2	0,601	0,1614	<i>Valid</i>
	X1.3	0,652	0,1614	<i>Valid</i>
	X1.4	0,667	0,1614	<i>Valid</i>
	X1.5	0,705	0,1614	<i>Valid</i>
Komunikasi (X2)	X2.1	0,597	0,1614	<i>Valid</i>
	X2.2	0,571	0,1614	<i>Valid</i>
	X2.3	0,635	0,1614	<i>Valid</i>
	X2.4	0,763	0,1614	<i>Valid</i>
	X2.5	0,669	0,1614	<i>Valid</i>
Fasilitas (X3)	X3.1	0,675	0,1614	<i>Valid</i>
	X3.2	0,620	0,1614	<i>Valid</i>
	X3.3	0,737	0,1614	<i>Valid</i>
	X3.4	0,568	0,1614	<i>Valid</i>
	X3.5	0,558	0,1614	<i>Valid</i>
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,785	0,1614	<i>Valid</i>
	Y.2	0,742	0,1614	<i>Valid</i>
	Y.3	0,794	0,1614	<i>Valid</i>

Sumber: SPSS 25, 2021

Tabel 4.10 diatas menunjukkan masing-masing variabel memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa uji penelitian ini *valid*.

4.2.2.2. Hasil Uji Reliabilitas

Berikut terlampir perhitungan data reliabilitas tiap variabel:

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
1	Kualitas Jasa	0,630	Reliabel
2	Komunikasi	0,655	Reliabel
3	Fasilitas	0,627	Reliabel
4.	Kepuasan Konsumen	0,664	Reliabel

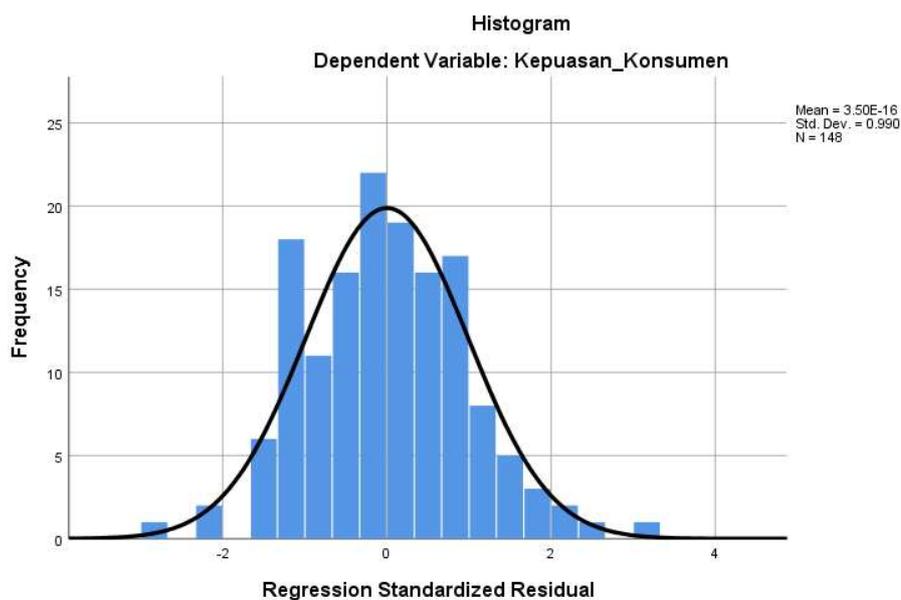
Sumber: SPSS 25, 2021

Relevan tabel 4.16 diketahui Kualitas Jasa, Komunikasi, Fasilitas dan Kepuasan Konsumen memperoleh *Cronbach's Alpha* > 0,6 disimpulkan jika penelitian ini reliabel, yang artinya alat pengukur dapat dipercaya.

4.2.3. Uji Asumsi Klasik

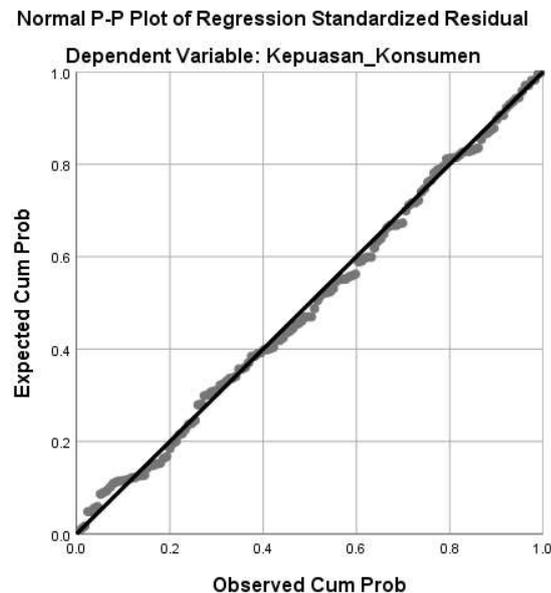
4.2.3.1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas akan dipaparkan dalam 3 bentuk yaitu histogram, *p-plot* dan *Kolmogorov-smirnov*.



Gambar 4.1 Kurva Histogram

Relevan gambar 4.1 mengenai uji normalitas di atas dapat dilihat gambar menyerupai lonceng maka nilai residualnya berdistribusi normal.



Gambar 4.2 Normal P-Plot Regression Standardized

Relevan penelitian yang dikaji, nilai residual penelitian ini bisa dinyatakan distribusi normal dari hasil pengolahan data *Output* SPSS 25 dan bisa diamati eksistensi titik-titik berada disekeliling garis di gambar 4.2 *Normal P-Plot Regression Standardized*.

Tabel 4.12 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		148
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.56172735
Most Extreme Differences	Absolute	.038
	Positive	.038
	Negative	-.037
Test Statistic		.038
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: SPSS 25, 2021

Kesimpulannya pada tabel data di atas tingkatan sig yakni $0,200 > 0,05$ yang dimiliki *kolmogorov-smirnov* dan berdistribusi normal.

4.2.3.2. Hasil Uji Multikolinearitas

Ditarik kesimpulan dari tabel dibawah bahwa penelitian ini tidak adanya gejala multikolinearitas antara variabel independen dikarenakan nilai VIF tiap variabel < 10 , serta *tolerance* $> 0,10$. Tertera hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4.12 yakni:

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas_Jasa	.651	1.535
	Komunikasi	.507	1.974
	Fasilitas	.550	1.819

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: SPSS 25, 2021

Diketahui dalam penelitian uji multikolinearitas ini menunjukkan *tolerance* variabel kualitas jasa sebesar $0,651 > 0,10$, komunikasi sebesar $0,507 > 0,10$ dan fasilitas sebesar $0,550 > 0,10$. Sedangkan VIF variabel kualitas jasa sebesar $1,535 < 10$, komunikasi $1,974 < 10$ dan fasilitas sebesar $1,819 < 10$. Maka dapat disimpulkan modal regresi tidak memiliki gejala multikolinearitas.

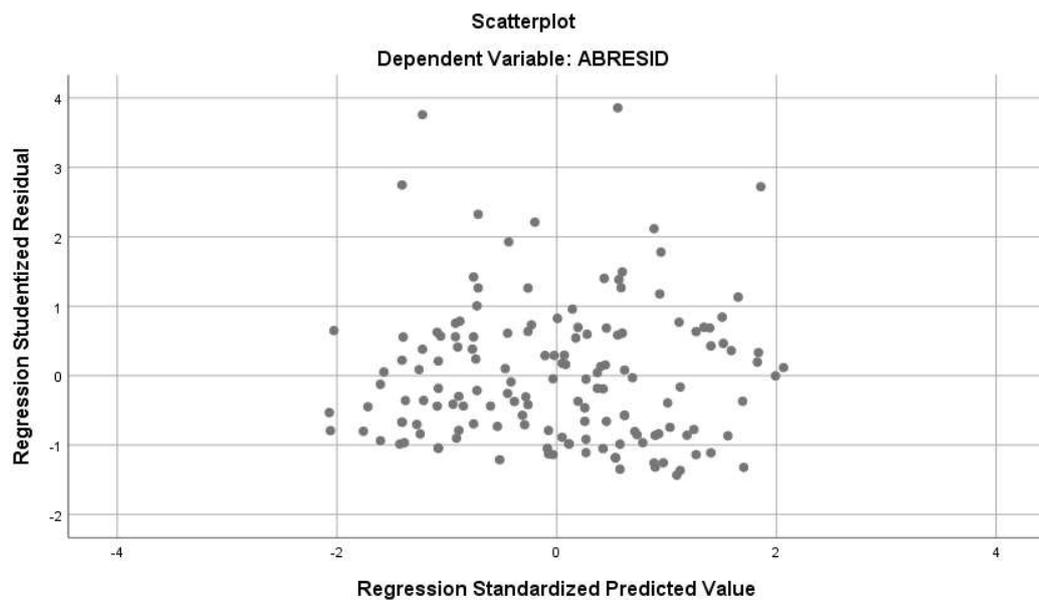
4.2.3.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.148	.500		4.295	.000
	Kualitas_Jasa	-.023	.028	-.084	-.827	.410
	Komunikasi	-.002	.031	-.006	-.050	.960
	Fasilitas	-.024	.030	-.089	-.805	.422

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: SPSS 25, 2021



Gambar 4.3 Scatterplot

Diketahui pada kolom signifikan bisa diamati nilai sig > 0,05 disimpulkan gejala heteroskedastisitas tidak terjadi dalam penelitian ini.

4.2.4. Uji Pengaruh

4.2.4.1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Disimpulkan Kualitas Jasa (X1), Komunikasi (X2), dan Fasilitas (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Jika dalam regresi linear berganda, maka hasil diperoleh ialah:

Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.783	.829		.944	.347
	Kualitas_Jasa	.103	.046	.165	2.256	.026
	Komunikasi	.242	.051	.396	4.758	.000
	Fasilitas	.160	.050	.255	3.192	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: SPSS 25, 2021

Berpedoman tabel 4.15 di atas, didapati persamaan untuk regresi berganda yakni:

$$Y = 0,783 + 0,103X1 + 0,242X2 + 0,160X3$$

1. Konstanta memiliki nilai regresi sebesar 0,783, ini menunjukkan jika variabel Kualitas Jasa, Komunikasi dan Fasilitas bernilai nol maka variabel Kepuasan Konsumen akan memiliki nilai sebesar 0,783.
2. Kualitas Jasa (X1) yakni 0,103 artinya Kualitas Jasa (X1) memengaruhi Kepuasan Konsumen (Y), berarti tiap kenaikan 1 satuan kualitas jasa maka memengaruhi kepuasan konsumen (Y) yakni 0,103 dengan asumsi variabel lainnya tetap atau nol.

3. Komunikasi (X2) yakni 0,242 artinya Komunikasi (X2) memengaruhi Kepuasan Konsumen (Y), berarti tiap kenaikan 1 satuan komunikasi maka memengaruhi kepuasan konsumen (Y) yakni 0,242 dengan asumsi variabel lainnya tetap atau nol.
4. Fasilitas (X3) yakni 0,160 artinya Fasilitas (X3) memengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) tiap kenaikan 1 satuan fasilitas maka memengaruhi kepuasan konsumen (Y) yakni 0,160 dengan asumsi variabel lainnya tetap atau nol.

4.2.4.2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Guna mendapati besaran Kepuasan Konsumen (Y) yang diterangkan oleh Kualitas Jasa (X1), Komunikasi (X2) dan Fasilitas (X3) tertera pada tabel yakni:

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.485	1.578

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas_Jasa, Komunikasi

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: SPSS 25, 2021

Diperoleh angka R^2 yakni 0,496 (49,6%) yang dimiliki Kualitas Jasa (X1), Komunikasi (X2) dan Fasilitas (X3) atau Kepuasan Konsumen (Y) bisa dijelaskan oleh Kualitas Jasa (X1), Komunikasi (X2) dan Fasilitas (X3) yakni 49,6% sedangkan yang dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan penelitian ini sisa persentasenya yakni 50,4%.

4.2.5. Uji Hipotesis

4.2.5.1. Hasil Uji T

Perolehan uji-t terpapar pada Tabel 4.17 sebagai berikut:

**Tabel 4.17 Hasil Uji T
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.783	.829		.944	.347
	Kualitas_Jasa	.103	.046	.165	2.256	.026
	Komunikasi	.242	.051	.396	4.758	.000
	Fasilitas	.160	.050	.255	3.192	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: SPSS 25, 2021

Relevan tabel 4.17 diketahui hasil uji T untuk tiap variabel bebas terhadap variabel terikat terpapar yakni:

1. Kualitas Jasa(X1)

Menunjukkan $t_{hitung} 2.256 > t_{tabel} 1.976$ dan $sig 0.026 < 0.05$, disimpulkan H1 diterima. Berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Komunikasi (X2)

Menunjukkan $t_{hitung} 4.758 > t_{tabel} 1.976$ dan $sig 0.000 < 0.05$, disimpulkan H2 diterima. Berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel Komunikasi terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Fasilitas (X3)

Menunjukkan $t_{hitung} 3.192 > t_{tabel} 1.976$ dan $sig 0.002 < 0.05$, disimpulkan H3 diterima. Berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel Komunikasi terhadap Kepuasan Konsumen.

4.2.5.2. Hasil Uji F

Apabila $F_{hitung} >$ daripada F_{tabel} , maka H4 dapat diterima. Berikut hasil Uji F yakni:

Tabel 4.18 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	352.191	3	117.397	47.151	.000 ^b
	Residual	358.532	144	2.490		
	Total	710.723	147			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas_Jasa, Komunikasi

Sumber: SPSS 25, 2021

Relevan tabel 4.18 diketahui $f_{hitung} 47.151 > f_{tabel} 2.67$ dengan $sig 0.000 < 0.05$, disimpulkan H4 diterima. Berarti terdapat pengaruh Kualitas Jasa, Komunika dan Fasilitas secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

4.3. Pembahasan

4.3.1. Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Konsumen di PT Multi

Konsulindo Sukses Makmur

Dari hasil penelitian terhadap 148 responden yang telah diteliti didapatkan hasil bahwa nilai koefisien regresi dalam pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen adalah 0,103 dengan uji t_{hitung} sebesar 2,256 dan signifikan sebesar 0,026 berarti kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yesi Triyulirlita Amelia & Koko Safitri, 2021), (Handoko, 2017) dan (Putri et al., 2019).

4.3.2. Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Konsumen di PT Multi

Konsulindo Sukses Makmur

Dari hasil penelitian terhadap 148 responden yang telah diteliti didapatkan hasil bahwa nilai koefisien regresi dalam pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen adalah 0,242 dengan uji t_{hitung} sebesar 4,758 dan signifikan sebesar 0,000 berarti komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fatnilla & Abdurrahman, 2018) dan (Huda, 2018).

4.3.3. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen di PT Multi

Konsulindo Sukses Makmur

Dari hasil penelitian terhadap 148 responden yang telah diteliti didapatkan hasil bahwa nilai koefisien regresi dalam pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen adalah 0,160 dengan uji t_{hitung} sebesar 3,192 dan signifikan sebesar 0,002 berarti fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yesi Triyuliarlita Amelia & Koko Safitri, 2021), (Oskar & Tiurniari, 2020) dan (Wardani et al., 2020).

4.3.4. Pengaruh Kualitas Jasa, Komunikasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan

Konsumen di PT Multi Konsulindo Sukses Makmur

Diperoleh hasil kualitas jasa, komunikasi dan fasilitas secara simultan memengaruhi kepuasan konsumen di PT Multi Konsulindo Sukses Makmur. Relevan hasil regresi linear berganda yakni 0,783, diamati uji R_{square} yakni 49,6% dan f_{hitung} 47,151 > f_{tabel} 2,67 dengan sig 0.000 < 0.05. Diketahui kualitas jasa,

komunikasi dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Multi Konsulindo Sukses Makmur.