

# Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Tour Guide* Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Curug Cikuluwung

Febri Palupi Muslikhah<sup>1\*</sup>, Erna Ernawati<sup>2</sup>, Syamsul Rizal<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, IAI Sahid Bogor  
Jl. Dasuki Bakri Km.6 Pamijahan Bogor Indonesia

\*Corresponding author : <sup>1</sup>febri.palupi@inais.ac.id,  
<sup>2</sup>ernawati@inais.ac.id, <sup>3</sup>syamsulrizal@gmail.com

<https://doi.org/10.56406/jurnalkajianislammodern.v8i02.114>

## ABSTRACT

*This study aims to determine the influence of interpersonal communication tour guides on visitor satisfaction at Curug Cikuluwung Bogor, how much influence interpersonal communication tour guides on visitor satisfaction at Curug Cikuluwung Bogor. This research is a descriptive quantitative research, namely searching for data or information from the reality of the existing problems by referring to the proof of the concept or theory used which was carried out on visitors to the Cikuluwung waterfall and was selected using accidental sampling with 100 respondents. Based on the data obtained and the results of the analysis that has been done, it can be concluded about the influence of interpersonal communication tour guides on visitor satisfaction at Curug Cikuluwung, namely based on the results of the t test shows a p-value of 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) then the alternative hypothesis ( $H_a$ ) accepted and the null hypothesis ( $H_0$ ) is rejected, it means that there is an effect of interpersonal communication on visitor satisfaction Curug Cikuluwung Bogor (Y). based on the results of the determination test the value of the Adjusted R Square coefficient generated by the independent variable is 0.370, which means it is 37%. This shows that the higher the interpersonal communication the higher the level of visitor satisfaction.*

**Keywords:** *Interpersonal Communication, Tour Guide, Visitor Satisfaction*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal *tour guide* terhadap kepuasan pengunjung di Curug Cikuluwung Bogor, Seberapa besar pengaruh komunikasi interpersonal *tour guide* terhadap kepuasan pengunjung di Curug Cikuluwung Bogor. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yaitu pencarian data atau informasi dari realitas permasalahan yang ada dengan mengacu pada pembuktian konsep atau teori yang digunakan yang dilakukan pada pengunjung curug cikuluwung dan dipilih menggunakan *Accidental sampling* dengan 100 responden. Berdasarkan data yang diperoleh maupun hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai pengaruh komunikasi interpersonal *tour guide* terhadap kepuasan pengunjung di Curug Cikuluwung, yaitu berdasarkan hasil uji t menunjukkan nilai *p-value* 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, berarti ada pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pengunjung Curug Cikuluwung Bogor (Y). berdasarkan hasil uji determinasi nilai koefisien *Adjusted R Square* yang dihasilkan oleh variabel independen sebesar 0,370 yang artinya adalah 37%. Hal ini menunjukkan semakin tinggi komunikasi interpersonal semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung.

**Kata Kunci:** Komunikasi Interpersonal, *Tour Guide*, Kepuasan Pengunjung

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki sumber daya pariwisata yang tidak kalah menariknya bila dibandingkan dengan negara lain di ASEAN, tempat wisata di Indonesia memiliki banyak kekayaan alam yang indah peninggalan sejarah (*heritage*), budaya, serta ekowisatanya. Tempat-tempat wisata tersebut dapat menarik para wisatawan mancanegara maupun lokal untuk berkunjung ke tempat wisata yang berada di Indonesia (Puri, 2015). Berdasarkan Kementerian Pariwisata (2015) data Tahun 2014, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebesar 9,4 juta lebih atau tumbuh sebesar 7.05 persen dibandingkan tahun sebelumnya.

Dengan pesatnya pertumbuhan jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia, maka diperlukan ilmu komunikasi agar dapat berkomunikasi dengan baik dan dapat berjalan efektif. Ilmu komunikasi merupakan hal penting yang tidak bisa lepas dari seluruh bidang kehidupan. Setiap orang tentu pernah melakukannya, karena pada hakekatnya manusia adalah makhluk sosial yang selalu bergantung pada manusia lain. Dimana satu-satunya cara dan alat yang digunakan agar tetap bisa saling berhubungan adalah dengan berkomunikasi satu sama lain.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara komunikator dan komunikan. Komunikasi ini paling efektif mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang. Komunikasi interpersonal bersifat dialogis, yang artinya arus balik terjadi secara langsung. Komunikator dapat mengetahui tanggapan komunikan saat itu juga. Komunikator mengetahui secara pasti apakah komunikasinya positif, negatif, berhasil atau tidak. Jika tidak berhasil maka komunikator dapat memberi kesempatan komunikan untuk bertanya seluas - luasnya (Effendy, 2013: 13).

Komunikasi Interpersonal dapat memberikan seseorang komunikasi yang kompleks karena dengan adanya orang yang terlibat dan mengungkapkan responnya selama berkomunikasi. Maka, akan menambah pengetahuan seseorang terhadap komunikasi. Sehingga komunikasi interpersonal juga merupakan salah satu penentu hubungan seseorang dengan orang lain.

*Tour guide* merupakan sebuah profesi yang bertugas di bidang jasa yang wajib disediakan oleh sebuah lembaga ataupun objek wisata dalam hal memberikan informasi dan bimbingan serta saran kepada pengunjung dalam melakukan aktivitas wisata. Oleh karena itu selain memiliki pengalaman dan pengetahuan tertentu mengenai objek wisata, seorang *tour guide* dituntut agar mampu berkomunikasi dengan baik, sehingga pesan atau informasi yang disampaikan kepada pengunjung dapat dipahami, kemudian dari hal tersebut akan memberikan dampak bagi pengunjung yang empiris melalui kepuasan pengunjung yang berkunjung ke Curug Cikuluwung Bogor.

Salah satu cara untuk membangun kesetiaan pengunjung yaitu dengan adanya komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif akan meningkatkan aktifitas yang dilakukan. Rasa kepuasan pengunjung sangat dibutuhkan dengan cara membangun kelangsungan hubungan yang baik.

Peter dan Olson (2010), mengungkapkan bahwa kepuasan terjadi ketika kinerja produk barang atau jasa sama seperti apa yang diharapkan, ketidakpuasan terjadi apabila kinerjanya lebih buruk dari apa yang diharapkan.

Salah satu kendala yang dihadapi oleh *tour guide* yaitu ketika berkomunikasi dengan pengunjung yakni, seringkali dihadapkan dengan bahasa, aturan, maupun nilai-nilai yang berbeda. Maka dari itu perlu untuk mengoptimalkan peran komunikasi *tour guide*, yang terpenting dalam penerapan komunikasi ialah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator itu menimbulkan dampak atau efek tertentu terhadap komunikan. Dampak yang ditimbulkan dapat diklarifikasikan berdasarkan bagaimana kepuasan pengunjung pada saat berwisata maupun setelah berwisata ke Curug Cikuluwung Bogor, sehingga menimbulkan efek ketertarikan.

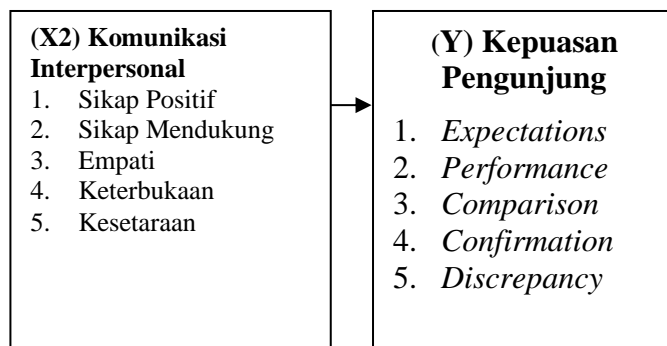
Komunikasi interpersonal berkontribusi terhadap kepuasan dan ketidakpuasan. Senada dengan penelitian Kurniawati (2014), mengungkapkan bahwa komunikasi interpersonal yang positif memberikan pengaruh yang kuat pada kepuasan jangka panjang.

Namun pada kenyataannya terjadi penurunan kinerja *tour guide*. Berdasarkan wawancara dengan Arisandi data kinerja *tour guide* Curug Cikuluwung Bogor presentasi tahun 2018 kurang baik dengan presentase 38%, cukup baik dengan presentase 32%, dan yang dinyatakan baik sebesar 30% dengan jumlah karyawan 20 karyawan tetap.

Menyadari betapa pentingnya makna komunikasi bagi *tour guide* di Curug Cikuluwung Bogor, untuk itu dibutuhkan strategi komunikasi dalam mengolah informasi yang akan disampaikan. Salah satunya dengan cara melakukan komunikasi interpersonal, sehingga informasi-informasi yang disampaikan kepada pengunjung yang berkunjung ke Curug Cikuluwung Bogor dapat berjalan dengan efektif. Penulis menyadari hal ini sangat mengganggu usaha menciptakan pelayanan dengan kualitas dan kuantitas terbaik untuk pengunjung di Curug Cikuluwung Bogor. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melihat dan mendeskripsikan pengaruh komunikasi interpersonal *tour guide* terhadap kepuasan pengunjung di Curug Cikuluwung Bogor.

## Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal *tour guide* dengan kepuasan pengunjung di Curug Cikuluwung Bogor.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi interpersonal *tour guide* terhadap kepuasan pengunjung di Curug Cikuluwung Bogor



Hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini adalah :

- H<sub>1</sub>** : Terdapat pengaruh komunikasi interpersonal *tour guide* terhadap kepuasan pengunjung di Curug Cikuluwung Bogor.
- H<sub>0</sub>** : Tidak terdapat pengaruh komunikasi interpersonal *tour guide* terhadap kepuasan pengunjung di Curug Cikuluwung Bogor.

## METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini adalah desain kuantitatif deskriptif yaitu pencarian data atau informasi dari realitas permasalahan yang ada dengan mengacu pada pembuktian konsep atau teori yang digunakan (Sugiyono, 2013:14). Desain ini dipilih karena merupakan salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan dimana akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (independen) terhadap satu variabel tak bebas (dependen).

Populasi adalah keseluruhan gejala atau satuan yang ingin diteliti (Bailey dalam Prasetyo, 2010:119). Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah Pengunjung Curug Cikuluwung yang diambil dari data pengunjung dalam satu minggu pada tahun 2018. Sampel menurut Sugiyono (2013:91), adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung Curug Cikuluwung Bogor. Sampel penelitian ditarik dengan teknik sampel nonprobabilitas (*nonprobability sampling*). Menurut Sugiyono (2013:152) teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proposional. Secara spesifik teknik yang digunakan adalah teknik *Accidental sampling*. *Accidental sampling* yaitu pengambilan sampel secara aksidental (*accidental*) dengan pengambilan kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian. Untuk itu dalam teknik sampling disini peneliti mengambil responden pada saat itu juga di Curug Cikuluwung Bogor. Pertimbangan peneliti untuk mendapatkan sampel tersebut yaitu sesuai dengan kriteria dan agar setiap pengunjung Curug Cikuluwung Bogor bisa membantu untuk

mengukur bagaimana pengaruh komunikasi interpersonal *tour guide* terhadap kepuasan pengunjung Curug Cikuluwung Bogor dengan jumlah sampel 100 pengunjung.

## PENGUMPULAN DATA

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan suatu informasi dan data yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013:142). Penelitian ini kuesioner ditunjukkan untuk mengumpulkan data serta jawaban responden berhubungan dengan karakteristik pengunjung Curug Cikuluwung Bogor, komunikasi interpersonal *tour guide* serta kepuasan pengunjung Curug Cikuluwung Bogor.

### 2. Studi Kepustakaan (*Library Search*)

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder sebagai kepustakaan. Untuk sebagai landasan bagi analisis dan rumusan teori atau informasi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

### 3. Teknik Penyajian Data

Peneliti menggunakan analisis data berupa analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel. Analisis deskriptif ini dilakukan dengan pengujian hipotesis deskriptif (Siregar, 2013:100). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diolah dan dianalisis secara kuantitatif, yaitu data yang berupa angka. Di dalam penelitian ini penulis akan menggunakan skala *likert*.

Sugiyono (2015:132) mengatakan bahwa skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif menjadi sangat negatif, yang diberi skor sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Skor Skala *Likert***

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

**Sumber: Sugiyono (2015:133)**

## Validitas dan Reliabilitas

Validitas adalah keabsahan atau akurasi suatu alat ukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2013:121).

Hasil analisis perhitungan validitas butir angket ( $r_{xy}$ ) dikonsultasikan dengan harga  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikan 5 %. Bila  $r_{xy} > r_{tabel}$  maka instrumen tersebut dikatakan valid. Sebaliknya bila  $r_{xy} < r_{tabel}$  butir instrumen tersebut dikatakan tidak valid. Pada variabel komunikasi interpersonal dari 25 butir pertanyaan mempunyai kriteria valid karena nilai  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel yaitu 0,361, begitu juga kepuasan pengunjung dari masing-masing 9 butir pertanyaan mempunyai kriteria valid karena semua nilai  $r$  semua butir pertanyaan lebih besar dari pada  $r_{tabel}$  yaitu 0,361.

Uji reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data temuan. Dalam pandangan positivistik, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek

yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama. Instrument yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013:173).

Berdasarkan uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen untuk setiap variabel penelitian adalah reliabel, karena  $\alpha$  hitung  $> 0,6$ , pada variabel Komunikasi Interpersonal (X) memiliki  $\alpha$  0,940  $> 0,6$ , dan variabel dependen kepuasan pengunjung (Y) memiliki  $\alpha$  hitung 0,934  $> 0,6$ . Dengan demikian berdasarkan hasil uji validitas dan uji reliabilitas data, maka data penelitian yang sudah dikumpulkan layak untuk dianalisis.

## Metode Pengolahan dan Analisis Data

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Siregar (2013:284), regresi linier sederhana adalah salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksikan permintaan dimana akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*Independen*) (*Dependen*). Regresi Linier Sederhana adalah Metode Statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara Variabel Faktor Penyebab (X) terhadap Variabel Akibat (Y). Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi sederhana (*simple regression*) dengan menempatkan variabel pengaruh (komunikasi Interpersonal *tour guide*) dan variabel terpengaruh (kepuasan pengunjung).

Rumus Regresi Linier Sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Keterangan :

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksi

a = Harga Y ketika harga X = 0 (konstan)

b = Menunjukkan arah koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen berdasarkan perubahan variabel independen.

### Uji Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) akan menunjukkan besarnya kontribusi sumbangan variabel bebas terhadap variasi naik turunnya variabel terikat. Koefisien Determinan berkisar antara nol sampai dengan 1 ( $0 < R^2 < 1$ ). Hal ini berarti bila  $R^2 = 0$  menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila  $R^2$  mendekati 1 menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD : Koefisien Determinasi

R : Nilai Koefisien Korelasi (Sugiyono, 2015:183)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah analisis yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah penyajian dari hasil analisis regresi linear berganda:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Sederhana**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.869	5.540		7.197	.000
	X	.409	.053	.613	7.688	.000
a. Dependent Variable: Y						

Berikut ini hasil persamaan regresi linear sederhana dari data yang terdapat pada tabel 4.5:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 39.869 + 0.409x$$

Komunikasi merupakan penyampaian dan memahami pesan dari satu orang kepada orang lain dengan adanya proses sosial. komunikasi terjadi untuk terciptanya suatu hubungan yang baik antar sesama. Dalam prinsipnya, kegiatan komunikasi merupakan pertukaran ide serta gagasan. Secara sederhana kegiatan komunikasi dapat dipahami sebagai kegiatan penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak lain dengan tujuan untuk mencapai kesamaan pandangan. Komunikasi sangat diperlukan dalam suatu bidang usaha untuk menjadi lebih baik. Dengan adanya komunikasi yang baik maka akan tercipta hubungan yang baik untuk suatu perusahaan dengan menimbulkan rasa kepuasan dari penunjang untuk kepentingan suatu jasa. Salah satu cara untuk membangun kesetiaan pada suatu perusahaan dengan adanya komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif akan meningkatkan aktifitas kerja yang dilakukan. Rasa kepuasan pelanggan terhadap suatu perusahaan sangat dibutuhkan dengan cara membangun kelangsungan hubungan yang baik.

Dalam penelitian ini komunikasi interpersonal menunjukkan bahwa karyawan sudah memiliki ketrampilan berkomunikasi yang cukup baik, sehingga komunikasi interpersonal yang terjalin antara karyawan dengan konsumen dapat berhasil. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Kirchmajer dan Patterson (2013) bahwa komunikasi interpersonal merupakan penentu utama kepuasan pengunjung. Keterampilan mendengarkan, antusiasme yang ditunjukkan, terbuka dan jujur diperlukan untuk meyakinkan pengunjung.

Menurut De Vito (2014), komunikasi interpersonal yang efektif ditandai oleh, keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan. Keterbukaan dapat diartikan sebagai sikap yang menunjukkan penerimaan terhadap orang lain atau orang yang diajak berinteraksi. Dalam hal ini komunikasi *tour guide* Curug Cikuluwung Bogor mulai dari keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan sudah dilakukan dengan baik dalam menyampaikan informasi agar tidak terjadi kesalahpahaman dan penyimpangan, hal ini berdampak juga pada kepuasan pelanggan. Selain itu sikap terbuka *tour guide* Curug Cikuluwung Bogor untuk menggali informasi dari pengunjung. Kecakapan *tour guide* Curug Cikuluwung Bogor agar komunikasi interpersonal efektif maupun berhasil adalah rasa empati, yaitu merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya, berada dalam keadaan yang sama, dan merasakan perasaan hal yang sama dengan cara yang sama (sudut pandang orang lain).

Hal tersebut dikemukakan Kotler dan Armstrong (2014) 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 pelanggan.

Jadi komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sesuai dengan asumsi Teori Pertukaran Sosial, yaitu bahwa setiap individu secara sukarela memasuki dan tinggal dalam hubungan sosial hanya selama hubungan tersebut cukup memuaskan ditinjau dari segi ganjaran

dan biaya (Rakhmat, 2009:212). Ganjaran dan biaya dalam penelitian ini yaitu antara *tour guide* dengan pelanggan, yang dimaksud dengan individu adalah pelanggan yang memasuki curug cikuwulung akan merasa puas atau tidak puas oleh pelayanan *tour guide* yang merupakan salah satu unit pelayanan yang diberikan curug cikuwulung untuk memperlakukan pelanggan sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan selama berada di curug cikuwulung.

Hal ini sejalan dengan penelitian Benedica (2019) bahwa dengan adanya komunikasi yang baik maka akan tercipta hubungan yang baik untuk suatu perusahaan dengan menimbulkan rasa kepuasan dari pelanggan untuk kepentingan suatu perusahaan.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji ini dilakukan untuk mengukur kemampuan variabel independen yaitu komunikasi interpersonal dalam menjelaskan variasi variabel dependen, yaitu kepuasan pengunjung. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada kolom *adjusted R square*, yang ditampilkan pada tabel berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary(b)**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.613 <sup>a</sup>	.376	.370	4.319

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Interpersonal

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien *Adjusted R Square* yang dihasilkan oleh variabel independen sebesar 0,370 yang artinya adalah 37%. Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel bebas (komunikasi interpersonal) terhadap variabel terikat (kepuasan pengunjung) sebesar 37%.

Komunikasi dalam perusahaan jasa memiliki arti yang sangat penting dalam upaya memberikan sebuah pelayanan yang baik bagi pelanggan yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Devito (2011:32) Salah satu motivasi yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain membina dan memelihara hubungan dengan orang lain. Komunikasi yang efektif akan meningkatkan aktifitas kerja yang dilakukan. Rasa kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa/perusahaan sangat dibutuhkan dengan cara membangun kelangsungan hubungan yang baik.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Kholidah (2017) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi komunikasi interpersonal maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung.

### Uji t

Pengujian regresi secara parsial (uji t) berguna untuk menguji pengaruh independen terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dengan membandingkan nilai probabilitas (*p-value*) dari variabel dengan tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05. jika *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji regresi secara parsial (uji t) dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3**  
**Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.869	5.540		7.197	.000
	X	.409	.053	.613	7.688	.000

a. Dependent Variable:  
Y

Dari tabel diatas terlihat bahwa komunikasi interpersonal memiliki nilai *p-value* 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, berarti ada pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pengunjung Curug Cikuluwung Bogor (Y).

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan nilai *p-value* 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, berarti ada pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pengunjung Curug Cikuluwung Bogor (Y). Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal *tour guide* Curug Cikuluwung Bogor sudah efektif sehingga kepuasan pengunjung juga mengalami peningkatan. Komunikasi interpersonal Curug Cikuluwung Bogor ditunjukkan dengan rasa empati *tour guide* terhadap kebutuhan pelanggan, penjelasan informasi yang sangat baik yang dijelaskan *tour guide* Curug Cikuluwung Bogor.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung merupakan komunikasi interpersonal. Hal ini seperti telah dikemukakan oleh Kotler (2012:180) keinginan seorang pelanggan untuk memberi rekomendasi kepada seorang teman merupakan akibat dari seberapa baiknya pelanggan diperlakukan oleh karyawan lini depan. Mendukung pendapat Kotler di atas yang menyatakan bahwa pelanggan akan lebih merasakan kepuasan dengan karyawan yang memiliki kemampuan dalam teknik berinteraksi. Berkaitan dengan hal tersebut menurut Suranto AW (2011:79) komunikasi Interpersonal efektif, jika orang lain memahami anda dengan benar, dan memberikan respon sesuai dengan yang anda inginkan. Komunikasi interpersonal yang efektif berfungsi membantu anda salah satunya untuk menyampaikan pengetahuan atau informasi.

Kepuasan pelanggan merupakan hal dasar yang sangat diperlukan untuk menentukan kunjungan selanjutnya. Kepuasan selalu mengarah kepada pribadi serta situasi yang ditimbulkan oleh pelayanan itu sendiri sehingga menimbulkan nilai positif serta kepuasan terhadap suatu perusahaan. oleh karena itu, pada saat melayani pelanggan, karyawan memiliki kemampuan dan sikap yang positif. Sikap yang positif dalam berkerja membuat pandangan kepada orang lain secara positif juga. Kepuasan pelanggan memiliki nilai tinggi apabila hal tersebut terjaga, sebaliknya apabila dari pelanggan sudah tidak memiliki nilai kepuasan maka pelanggan tersebut juga tidak menunjukkan kesetiannya kepada produk yang ditawarkan. Artinya suatu perusahaan akan memiliki kesetiaan dari pelanggan dengan adanya nilai kepuasan yang didapat. Sehingga turunnya nilai kepuasan yang dirasakan pelanggan karena merasa tidak mendapatkan kualitas pelayanan yang baik pada perusahaan yang bersangkutan dan membuat pelanggan berpaling pada perusahaan pesaing.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Eden Benedica (2019) yang menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan nilai pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan sebesar 79,9% dibandingkan dengan pengaruh dari faktor lain sebesar 20,1%.



## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh maupun hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai pengaruh komunikasi interpersonal *tour guide* terhadap kepuasan pengunjung di Curug Cikuluwung, yaitu berdasarkan hasil uji t menunjukkan nilai *p-value* 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, berarti ada pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pengunjung Curug Cikuluwung Bogor (Y). berdasarkan hasil uji determinasi nilai koefisien *Adjusted R Square* yang dihasilkan oleh variabel independen sebesar 0,370 yang artinya adalah 37%. Hal ini menunjukkan semakin tinggi komunikasi interpersonal semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung.

### Saran

Saran yang diajukan peneliti berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh adalah:

#### 1. Bagi Pihak Curug Cikuluwung

Bagi *tour guide* Curug Cikuluwung, khususnya di bidang layanan, diharapkan lebih menjalin komunikasi dengan pengunjung. Misalnya, selalu bersedia memberikan informasi saat pengunjung membutuhkan informasi. Memberikan informasi dapat dilakukan melalui pengumuman baik itu secara langsung seperti melalui pengeras suara, ataupun melalui pengumuman yang ditempel di depan pintu masuk sehingga pengunjung mudah melihatnya, serta informasi mengakses fasilitas.

#### 2. Bagi Pengunjung

Bagi pengunjung, diharapkan untuk menjalin komunikasi dengan *tour guide*, baik itu bertanya maupun memberi masukan kepada pihak Curug Cikuluwung. Bertanya apabila ada kesulitan yang dialami terkait fasilitas yang diberikan. Memberi masukan bagi pihak perpustakaan misalnya mengenai kebijakan transaksi layanan, jam buka layanan, maupun fasilitas yang di sediakan oleh Pihak Curug Cikuluwung.

#### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan tema yang sama, disarankan untuk lebih memperhatikan faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung. Selain itu, diharapkan untuk lebih memperhatikan karakteristik atau kriteria subjek penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan cara menentukan kriteria yang lebih spesifik untuk pemilihan sampel. Penyusunan serta jumlah item juga perlu diperhatikan agar tidak terjadi kejenuhan pada subjek penelitian, yang menyebabkan subjek mengisi pernyataan tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Serta mempertimbangkan landasan teori yang akan digunakan sebagai alat ukur, sehingga alat ukur benar-benar bisa menggeneralisir populasinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Benedica, Eden. 2019. Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Pelanggan Department Store Matahari Cabang Rawamangun Jakarta. JDP Volume 12, Nomor 3, November
- Devito, Joseph A. 2014. *Komunikasi Antar Manusia*. Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Effendy. 2013. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Kholidah. 2017. pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Peter dan Olson. 2010. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. New York: Mc Graw Hill.
- Prasetyo, Bambang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Puri, Yuniar Sari Ratna. 2015. Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan F&B Departement ASTON Cirebon Hotel & Convention Center Kabupaten Cirebon). *Jurnal Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Vol 2, No 1*
- Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto, 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

