

## PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PELAYANAN APLIKASI VISA AUSTRALIA DI PT ANDALAN USAHA CEMERLANG JAKARTA TIMUR

Denny Suriandhi, Tutut Novalia

STIE UniSadhuguna Jakarta, Indonesia

Email: dennysndi88@gmail.com, tnovalia@gmail.com

### Abstrak

*PT Andalan Usaha Cemerlang is the organization who consider about customer satisfaction. And give quality of interpersonal communication and quality of service. Both of variable have a significant and simultaneous to customers satisfaction with associative quantitative method discovered that both of variable have a coefficient determinant  $R^2 = 0.827$  or 82,8% and the rest of amount is 17.2% because of the other factors. Suggestion to PT Andalan Usaha Cemerlang is all quality service and interpersonal communication must be maintained and improved to keep customers' loyalty.*

**Keyword:** interpersonal communication; service quality; customer's satisfaction

### Pendahuluan

Australia ada salah satu destinasi wisata luar negeri yang populer, selain memiliki ekonomi yang stabil, Australia memiliki kekayaan hayati dunia yang menjadi warisan alam Dunia seperti Great Barrier Reef, dengan kekayaan lautnya, serta destinasi wisata alam yang beragam serta perkotaan yang maju dan dinamis, menjadi daya tarik wisata Australia.



Gambar 1 Statistic Data of Visitor Australia 2018

Adanya peningkatan jumlah pengunjung ke Australia ini mengindikasikan bahwa adanya peningkatan jumlah konsumen potensial yang akan melakukan pengajuan aplikasi visa merupakan peluang bagi perusahaan jasa pariwisata untuk meningkatkan penjualan jasa aplikasi visa khusus kunjungan ke Australia. Dalam menghadapi persaingan pasar, maka Perusahaan jasa pariwisata melakukan strategi pemasaran, tidak

hanya dalam strategi harga, akan tetapi Perusahaan jasa seperti PT Andalan Usaha Cemerlang juga menambahkan ‘‘ Value’’ atau nilai dimana konsumen merasa pantas dengan harga yang ditetapkan melalui rasa kepuasan atas jasa yang diberikan PT Andalan Usaha Cemerlang, yang meningkatkan keuntungan serta performa Perusahaan. Kualitas pelayanan serta komunikasi intrerpersonal merupakan nilai tambah untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan serta komunikasi interpersonal mempengaruhi kepuasan konsumen.

Karyawan yang menjadi ujung tombak perusahaan perlu memahami mengenai kualitas pelayanan serta komunikasi yang tepat dan pelayanan cepat tanggap terhadap pelanggan.

### Metode Penelitian

Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode kuantitatif adalah ilmu dan seni yang berkaitan dengan tata cara pengumpulan data, analisa data, dan interpretasi hasil analisis untuk mendapatkan informasi guna penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Penelitian ini akan melakukan survei dengan menggunakan alat kuisioner sebagai instrumen data dan diolah dengan menggunakan software SPSS versi 22.

### Hasil dan Pembahasan

Analisis statistik meliputi:

#### 1. Uji Validitas

Dari tabel dibawah ini dapat dilihat bahwa untuk masing-masing pernyataan pada variabel Komunikasi Interpersonal (X1), Kualitas Jasa (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) seluruh instrument dapat dikatakan valid karena nilai rhitung yang dihasilkan lebih besar dari rtabel yang ada untuk n=51.

**Tabel 1 Uji Validitas Komunikasi Interpersonal (X1)**

Pernyataan	rtabel (5%)	Pernyataan	rtabel (5%)
1	0.2759	0.8650	Valid
2	0.2759	0.7990	Valid
3	0.2759	0.8580	Valid
4	0.2759	0.9150	Valid
5	0.2759	0.9070	Valid
6	0.2759	0.8850	Valid
7	0.2759	0.8500	Valid
8	0.2759	0.8660	Valid
9	0.2759	0.6840	Valid
10	0.2759	0.9150	Valid

Sumber : Hasil Olah Data (SPSS 22)

**Tabel 2 Uji Validitas Kualitas Jasa(X<sub>2</sub>)**

Pernyataan	r <sub>table</sub> (5%)	Pernyataan	r <sub>table</sub> (5%)
11	0.2759	0.8990	Valid
12	0.2759	0.8860	Valid
13	0.2759	0.8630	Valid
14	0.2759	0.8310	Valid
15	0.2759	0.8500	Valid
16	0.2759	0.8920	Valid
17	0.2759	0.8500	Valid
18	0.2759	0.8920	Valid
19	0.2759	0.8860	Valid
20	0.2759	0.8720	Valid

Sumber : Hasil Olah Data (SPSS 22)

**Tabel 3 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)**

Pernyataan	r <sub>table</sub> (5%)	Pernyataan	r <sub>table</sub> (5%)
21	0.2759	0.8590	Valid
22	0.2759	0.9150	Valid
23	0.2759	0.9020	Valid
24	0.2759	0.9250	Valid
25	0.2759	0.8940	Valid
26	0.2759	0.9130	Valid
27	0.2759	0.8760	Valid
28	0.2759	0.9180	Valid
29	0.2759	0.4380	Valid
30	0.2759	0.3990	Valid

Sumber : Hasil Olah Data (SPSS 22)

## 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 4 Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha Based on Standardized Items			
Cronbach's Alpha		N of Items	
.763	.987	31	

Sumber : Hasil Olah Data (SPSS 22)

Nilai Alpha Cronbach sebesar  $0.987 > \text{nila } r_{\text{tabel}} = 0.2759$  berarti dinyatakan butir pernyataan dalam questioner penelitian ini reliable atau dapat dipercaya.

## 3. Uji Normalitas

**Tabel 5 Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		51
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.37532650
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.094
	Negative	-.064
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Hasil Olah Data (SPSS 22)

Hasil dari Tabel diatas Bahwa hasil uji normalitas *Kolmogorov Sminor*, diketahui nilai signifikansi sebesar  $0.200 >$  dari  $0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

#### 4. Uji Autokorelasi

**Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	.909 <sup>a</sup>	.827	.820	1.789

Dari nilai tabel diatas disimpulkan bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1.789, sedangkan nilai Durbin Watson tabel sebesar 1.6309, maka berdasarkan penarikan kesimpulan adalah Nilai Durbin Watson Tabel (DU) < Nilai Hitung Durbin Watson (DW) < (4 -DU) diketahui sebagai berikut  $1.6309 < 1.789 < 4-1.6309$  Maka hasilnya tidak terdapat autokorelasi atau bebas autokorelasi.

#### 5. Uji multikolinearitas

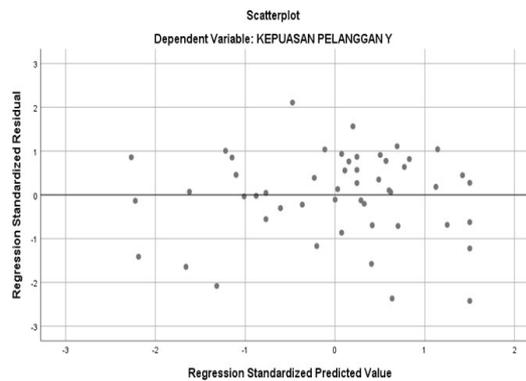
**Tabel 7 Uji Regresi Berganda**

Model	Coefficients Unstandrdized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
1 (Constant)	B .317	Std Error Beta	1.352	.183	
Komunikasi Interpersonal	.320	.117	.354	2.734	.009
Kualitas Jasa	.579	.129	.58	4.480	.000

Model	t	Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.352	.183		
Komunikasi Interpersonal X1	2.734	.009	.215	4.661
Kualitas Jasa X2	4.480	.000	.215	4.661

Dari nilai tabel diatas disimpulkan bahwa nilai VIF sebesar 4.661 tidak lebih besar atau kurang dari 10, maka dalam data penelitian ini tidak terdapat multikolinieritas di masing masing variabel.

6. Uji heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Olah Data (SPSS 22)

Dari hasil tabel di atas bahwa titik menyebar di garis NOL tanpa membentuk pola tertentu dan menyebar ke atas dan kebawah garis NOL, maka data tersebut bebas heteroskedastisitas.

7. Uji Regresi Berganda

Berdasarkan table diatas diperoleh persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = 0.317 + (0.320) X_1 + 0.579X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Konstanta (a)=0,371 menunjukkan nilai konstan, jika variabel bebas (Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Jasa) = 0 maka daya saing (Y) pada pelanggan di PT Andalan Usaha Cemerlang akan diperoleh sebesar 0,371.
2. Koefisien regresi variabel budaya organisasi (X<sub>1</sub>) sebesar 0.320 menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal (X<sub>1</sub>) bernilai positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Tanda (+) positif pada variabel komunikasi interpersonal menunjukkan pengaruh yang searah, artinya apabila komunikasi interpersonal meningkat kualitasnya maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Koefisien regresi variabel komunikasi interpersonal (X<sub>2</sub>) sebesar 0.579 menunjukkan bahwa kualitas jasa (X<sub>2</sub>) bernilai positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Tanda + (positif) pada variabel kualitas jasa menunjukkan pengaruh yang searah, artinya apabila kualitas jasa meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

**Tabel 8 Uji Farsial (Uji-t)**

		Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.
1	Model	Unstandardize d Coefficients	standardize Coefficients		
		B	Std Error		
	Constant)	.317	.234	1.352	.183
	Komunikasi Interpersonal X1	.320	.117	354	2.734 .009
	Kualitas Jasa X2	.579	.129	580	4.480 .000

Berdasarkan Tabel hasil uji t diatas, diketahui bahwa:

1. Komunikasi Interpersonal ( $X_1$ ), diketahui nilai koefisien regresi dari bernilai negatif, yakni 0.320. Diketahui nilai probabilitas atau *Sig.* dari variabel komunikasi interpersonal adalah 0.009. Karena nilai probabilitas atau *Sig.* dari variabel budaya organisasi, yakni 0.009 lebih kecil dari 0,05 maka disimpulkan bahwa pengaruh yang terjadi antara Komunikasi interpersonal dengan variabel kepuasan pelanggan positif dan dan terdapat signifikan secara statistika.  
 $t_{hitung} = 2.734 < t_{tabel} = 2.011$ , maka kesimpulannya nilai  $H_1$  diterima, artinya ada pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan di PT Andalan Usaha Cemerlang.
2. Kualitas Jasa ( $X_2$ ), diketahui nilai koefisien regresi dari Kualitas Jasa bernilai positif, yakni 0.579. Diketahui nilai probabilitas atau *Sig.* dari variabel kualitas jasa adalah 0,00. Karena nilai probabilitas atau *Sig.* dari variabel kualitas jasa yakni 0,00 lebih kecil dari tingkat signifikansi, yakni 0,05 maka disimpulkan bahwa pengaruh yang terjadi antara kualitas jasa dengan variabel kepuasan pelanggan positif dan signifikan secara statistika. Diketahui juga bahwa  $t_{hitung} = 4.480 > t_{tabel} = 2.011$ , maka kesimpulannya nilai  $H_2$  diterima, artinya ada pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan di PT Andalan Usaha Cemerlang.

#### 8. Uji F

Nilai signifikansi Variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  yaitu variabel komunikasi interpersonal dan kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan sebesar  $0.000 < 0,05$ , atau nilai F hitung sebesar  $114.790 > 3.19$  nilai F tabel maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang secara simultan antara variabel bebas yaitu komunikasi interpersonal dan kualitas jasa PT Andalan Usaha Cemerlang terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 9 Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
1	Model	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	.317	2	12.777		
	Residual	.320	48	.111	114.790	.000 <sup>b</sup>
	Total	.579	50			

#### Kesimpulan

Berdasarkan berbagai hasil uji penelitian yang telah dilakukan, maka didapat beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Komunikasi Interpersonal ( $X_1$ ), diketahui nilai koefisien regresi dari  $t_{hitung} = 2.734 < t_{tabel} = 2.011$ , maka kesimpulannya nilai  $H_1$  diterima, artinya ada pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan di PT Andalan Usaha Cemerlang.

2. Kualitas Jasa (X2), diketahui nilai koefisien regresi dari Kualitas Jasa Diketahui juga bahwa  $t_{hitung} = 4.480 > t_{tabel} = 2.011$ , maka kesimpulannya nilai  $H_2$  diterima, artinya ada pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan di PT Andalan Usaha Cemerlang.
3. Pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan pelanggan aplikasi jasa Visa Australia di PT Andalan Usaha Cemerlang. Hasil Uji F bahwa Nilai signifikansi Variabel bebas X1 dan X2 yaitu variabel komunikasi interpersonal dan kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan sebesar  $0.000 < 0,05$ , atau nilai F hitung sebesar  $114.790 > 3.19$  nilai F tabel maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang secara simultan antara variabel bebas yaitu komunikasi interpersonal dan kualitas jasa PT Andalan Usaha Cemerlang terhadap kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, Leonard. Berry, 1985, "A Conceptual Model of Service Quality and Implication for Future Research" (*Journal of Marketing*).
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Hanani, Silvia. 2002. *Komunikasi antarpribadi teori dan praktek*. Jakarta: Ar Ruzz Media
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi Milenium*, Jakarta: Prehallindo.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja. Grafindo Persada
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius, 2004, *Service, Quality Satisfaction*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- [.http://www.tourism.australia.com/en/markets-and-research/tourism-statistics/international-visitor-arrivals.html](http://www.tourism.australia.com/en/markets-and-research/tourism-statistics/international-visitor-arrivals.html) diakses 12 Mei 2018