



# Hubungan Komunikasi Interpersonal Tour Leader dengan Kepuasan Jamaah Haji Khusus Ujas Tour Tahun 2024

Erna Dusra<sup>1\*</sup>, Muhammad Akbar<sup>2</sup>, Alem Febri Sonni<sup>3</sup>

Published online: 1 Agustus 2024

## ABSTRAK

Ada dua cara mengukur kepuasan pelanggan, yang pertama melihat pelayanan yang diinginkan (desired service), yang kedua pelayanan yang dianggap cukup (adequate service). Tour leader sebagai bagian dari pelayanan yang dimiliki oleh travel umrah dan haji khusus sehingga Tour leader memiliki peran dalam memenuhi harapan jamaah dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Tour leader dituntut untuk bisa mengelola kepuasan jamaah haji dengan cara memahami kebutuhan dan harapan, serta memberikan solusi yang memuaskan dan komunikatif. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis komunikasi interpersonal Tour leader, menganalisis kepuasan jamaah haji khusus Ujas Tour dan hubungan antara komunikasi interpersonal Tour leader dengan kepuasan jamaah haji khusus Ujas Tour. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif, sampel penelitian terdiri dari 42 responden yang dipilih melalui teknik probability sampling yaitu memberikan peluang yang sama kepada seluruh populasi untuk menjadi anggota sampel. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penetrasi Sosial dengan dimensi dalam teori DeVito Komunikasi Interpersonal dan Wilkie Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara Komunikasi Interpersonal Tour leader dengan Kepuasan jamaah haji khusus Ujas Tour sebesar 0,664 berdasarkan tingkat korelasi dan hasil uji analisis statistik diperoleh nilai  $p = 0,000 (< 0,05)$ , dan  $df = 4$  dengan demikian nilai  $X_{hitung} 33,097 > X_{tabel} 9,488$ . Hipotesis penelitian  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, ada hubungan yang signifikan antara komunikasi interpersonal Tour leader dengan kepuasan jamaah haji khusus tahun 2024.

**Kata Kunci:** Komunikasi Interpersonal, Tour leader, Kepuasan Jamaah haji, Ujas Tour

## PENDAHULUAN

Proses komunikasi disebut dengan komunikasi intraksional yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal, menurut Richard West, Lynn (2017), yaitu menekankan pada proses komunikasi dua arah komunikator dan komunikan, dimana elemen terpenting dalam proses komunikasi ini adalah umpan balik (feedback), respon yang diterima mungkin berbentuk verbal atau nonverbal, disengaja ataupun tidak disengaja. Dapat dikatakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau dalam kelompok kecil dimana dapat menghasilkan reaksi secara langsung baik verbal, nonverbal, disengaja, ataupun tidak disengaja, respon yang diberikan tergantung pada perilaku komunikasi itu sendiri. Pada hakekatnya tujuan komunikasi interpersonal akan membentuk hubungan yang lebih baik dengan lawan bicara. Dikatakan oleh Laksana (2015:h.67) komunikasi interpersonal merupakan proses pemindahan informasi dan pengertian antara dua orang atau lebih yang masing-masing berusaha untuk memberikan arti pada pesan-pesan simbolik yang dikirim melalui media yang menimbulkan umpan balik.

Komunikasi interpersonal yang baik tidak hanya membentuk kepercayaan pelanggan namun dapat membentuk kepuasan pelanggan. Kepuasan

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Universitas Hasanuddin

<sup>2</sup> Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia

\*) *corresponding author*

Erna Dusra  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia

Email: ernadusra17@gmail.com

pelanggan sebagai bentuk komunikasi yang berhubungan langsung dengan pelanggan secara pribadi, sehingga komunikasi ini dapat membentuk hubungan yang lebih positif dan efektif. Komunikasi interpersonal yang kompeten akan meningkatkan kemampuan untuk menciptakan persepsi kita. Persepsi interpersonal berpengaruh, bukan hanya pada komunikasi interpersonal saja tetapi juga pada hubungan interpersonal. Komunikasi interpersonal biasanya digunakan untuk perusahaan yang menunjuk tenaga ahli yang bertindak sebagai perwakilan perusahaan tersebut, dalam perusahaan yang bergerak dalam pelayanan jasa biasanya dikenal dengan praktisi *public relations* sebagai peran *Customer Service*, namun bagi perusahaan umrah dan haji khusus yang menyediakan pelayanan dan pendampingan untuk jamaah haji selama berada di tanah Suci, *Tour leader* berperan sebagai tombak dari pelayanan umrah dan haji. Karena tugas dan kewajiban *tour leader* merupakan akhir dari semua rangkaian pelayanan, dari pengenalan perusahaan, pendaftaran, dan terakhir pemberangkatan haji. Selama kurang lebih 30 hari menjalankan ibadah haji seorang *tour leader* bertugas mendampingi jamaah dan membantu memenuhi kebutuhannya di tanah suci, selama proses pelayanan kepada jamaah haji *tour leader* dituntut untuk dapat membangun hubungan interpersonal dengan jamaah haji. Untuk dapat melakukan tugas utama dengan baik *Tour leader* perlu dibekali dengan keterampilan dan pengetahuan untuk melayani yaitu tentang dasar pelayanan agar jamaah yang dilayani semakin merasa puas. Pembekalan perlu diberikan dengan mempelajari cara berkomunikasi yang baik yaitu komunikasi interpersonal sehingga menghasilkan kepuasan jamaah.

Salah satu kelebihan Ujas tour & travel dengan travel lain adalah agenda Pelatihan Tour Leader yang dilakukan rutin setiap tahun. Sebagai perwujudan dari Moto layanan Ujas tour & travel dan menghasilkan kualitas sumber Daya Manusia (SDM) dalam segi Pelayanan Kepada jamaah. Pelatihan yang dilakukan wajib diikuti oleh seluruh manajemen dan perwakilan Ujas tour & travel setiap daerah oleh Tenaga Ahli yang sudah berakreditasi serta dilatih oleh Sekretaris Jendral Kesthuri badan pengawasan Umrah dan Haji Khusus dibawah Naungan Kementerian Agama selaku Direktur Utama Ujas tour & travel. Pelatihan kompetensi ini juga menjadi alasan peneliti memilih PT.Al-Bayan Permata Ujas untuk melakukan penelitian, karena PT. Al-Bayan permata Ujas yang di kenal dengan Ujas Tour merupakan perusahaan umrah dan haji khusus yang sangat mengfokuskan pada keahlian *Tour leadernya*, dan mengupayakan *Tour leader* terbentuk sebagai tenaga profesional yang terakreditasi nasional maupun internasional. Demi mewujudkan Sistem manajemen dan kualitas pelayanan yang di rangkup dalam Moto pelayanan NyaTa yakni layanan Nyaman, Hikmat dan Amanah di lengkapi dengan Slogan “Semua Bisa Bahagia”.

Sistem pelayanan ibadah dan wisata yang dibarengi dengan bimbingan Spiritual. Mengedepankan fasilitas jarak antara hotel dan mesjid dekat dan pasti tanggal berangkatnya, selain itu kualitas pelayanan dari para staf, petugas Handling, sampai pada *tour guide* dan *tour leader* menjadi perhatian khusus. Segala bentuk pelatihan yang dilakukan Ujas Tour sebagai upaya dalam menciptakan kepuasan jamaah haji. Kepuasan jamaah haji yang disebut juga sebagai pelanggan dapat menimbulkan loyalitas dan perkembangan perusahaan. Kepuasan pelanggan merujuk pada tingkat kepuasan yang dirasakan oleh jamaah haji setelah merasakan layanan. Menurut daryanto & Setyobudi (2014: h.92) ada dua acara mengukur kepuasan pelanggan, yang pertama yaitu melihat layanan yang diinginkan (*desired service*) yang kedua yaitu dianggap cukup (*eduate service*). Pelayanan yang diinginkan merupakan pelayanan yang diharapkan akan diterima yaitu pemikiran pelanggan sebelum menerima pelayanan, kedua pelayanan yang dianggap cukup (*adequate service*) yaitu tanggapan setelah menerima pelayanan. Sehingga pelayanan yang memuaskan merupakan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada pelanggan. Demi mewujudkan Moto layanan Ujas Tour perlu adanya perbaikan dan pengembangan pelayanan secara terus menerus. Hal tersebut sangat penting yang perlu diperhatikan dan juga diperlukan kajian lebih lanjut untuk melihat bagaimana hubungan baik dengan jamaah haji maupun umrah selaku pelanggan untuk meningkatkan kepuasan PT. Al-Bayan Permata Ujas. Kepuasan jamaah merupakan Visi dan Misi perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada jamaah.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti kegiatan *Tour leader* selama menjalankan tugasnya melayani jamaah dengan judul hubungan komunikasi interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji PT.Al-Bayan Permata Ujas Tahun 2024.

## METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang diterapkan adalah penelitian kuantitatif, karena dapat mengukur secara jelas komunikasi Interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji, melalui perbandingan angka. Dengan perbandingan angka akan mempermudah dalam menganalisis dan menyimpulkan jawaban dari rumusan masalah.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi, studi dokumentasi dan kepada informan menggunakan kuesioner yang di dibagikan lewat google form dengan kategori jawaban bagi menjadi lima kategori skala likert yang serupa dengan SS=5, S=4, R=3, TS=2, STS=1. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner untuk melihat seberapa besar hubungan antara komunikasi interpersonal yang dimiliki oleh pemimpin rombongan (*Tour leader*) dengan kepuasan jamaah haji. Penentuan sampel menggunakan teknik probability sampling, yakni teknik pengambilan sampel yang diberikan peluang yang sama bagi setiap jamaah haji Ujas Tour tahun 2024 populasi untuk menjadi anggota sampel. Pengambilan sampel menggunakan metode Slovin dengan error tolerance sebesar 10% memperoleh 41 responden dari 70 populasi. Hipotesis dalam dalam penelitian ini

Untuk mengukur sah tidaknya intrumen penelitian maka peneliti melakukan uji validitas dengan rumus product moment, diketahui nilai df (degree of freedom) = n-2, dengan Signifikasi 1% maka diperoleh rtabel . Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji Cronbach's. Hipotesis penelitian  $H_0$ , artinya Komunikasi interpersonal *Tour leader* PT.-Al-bayan Permata Ujas tidak mempunyai hubungan dengan kepuasan jamaah haji percepatan tahun 2024.  $H^1$  artinya Komunikasi interpersonal *Tour leader* PT.-Al-bayan Permata Ujas mempunyai hubungan dengan kepuasan jamaah haji percepatan tahun 2024. Pengujian hipotesis untuk melihat hubungan antara variabel komunikasi interpersonal (X) dengan variabel Kepuasan jamaah (Y) melalui uji signifikansi (uji Chi -Square ( $X^2$ )). untuk mengukur seberapa besar hububungan linier variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat (Kuncoro 2013;h.240), maka peneliti melakukan Uji koefisien korelasi (R) dimana nilai dintaranya -1.00 hingga +1,00.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Karakteristik responden

Dalam penelitian kuantitatif yang menggunakan *probability sampling*, karakteristik responden berdasarkan indikator variabel ynag diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan yang dijelaskan dalam tabel. Penelitian ini telah memperoleh 42 responden yang mengisi kuisisioner yang telah disebarakan melalui google form sebelumnya dan terlihat data tersebut sebagaimana berikut:

#### 1. Jenis Kelamin

Tabel 1. Karakteristik Responden Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-laki	17	40,5
2.	Perempuan	25	59,5
	<b>Jumlah</b>	<b>42</b>	<b>100</b>

Berdasarkan data responden diatas, jenis kelamin responden yang berangkat Haji Khusus tahun 2024 berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persentasi reponden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki. terdapat 17 responden laki-laki (40,5%), sedangkan responden perempuan sebanyak 25 responden (59,5%).

## 2. Usia

**Tabel 2. Karakteristik Responden Usia**

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	21 - 26Tahun	1	2,4
2.	27 - 32 Tahun	3	7,1
3	33 - 38 Tahun	8	19
4	39 - 44 Tahun	15	35,7
5	45 – 50 Tahun	12	28,6
6	51 – 56 Tahun	3	7,1
<b>Jumlah</b>		<b>42</b>	<b>100</b>

*Sumber: Hasil Olah Data 2024*

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa dari 42 responden, distribusi responden terbanyak pada klasifikasi usia 39-44 tahun yakni mencapai 15 responden dengan presentasi (35,7%). Selanjutnya pada urutan ke dua pada klasifikasi usia 45-50 tahun yakni sebanyak 12 responden dengan presentasi (28,6%). Distribusi responden kategori usia 33-38 tahun yakni 8 responden dengan presentase (19,0%). Selanjutnya pada umur 27 – 23 tahun dan klasifikasi umur 51-56 tahun mempunyai presentase yang sama yakni sebanyak 3 responden dengan presentasi (7,1%), kemudian terakhir dengan persentase umur paling sedikit yakni pada klasifikasi umur 21-26 Tahun hanya 1 responden dengan ditribusi (2,4%).

## 3. Pekerjaan

**Tabel 3. Karakteristik Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	ASN/TNI-POLRI	10	23,8
2	Ibu Rumah tangga	10	23,8
3	Pedagang/Wiraswasta	13	31
4	Pegawai Swasta	1	2,4
5	Pelajar / Mahasiswa	1	2,4
6	Petani	7	16,7
<b>Jumlah</b>		<b>42</b>	<b>100</b>

*Sumber: Hasil Olah Data 2024*

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa dari 42 responden, distribusi responden terbanyak pada klasifikasi pekerjaan Pedagang atau wiraswasta yakni sebanyak 13 responden dengan presentasi (31%). Disusul pada jamaah haji yang miliki profesi ASN/TNI-Polri dan Ibu rumah tangga memiliki distribusi yang sama, sebanyak 10 responden dengan presentasi (23,8%). Selanjutnya petani sebanyak 7 responden dengan presentasi (16,7%). Berikutnya pegawai swasta dan pelajar/mahasiswa memiliki presentase yang sama yakni frekuensi 1 responden dengan presentasi sebesar (2,4%).

## B. Analisis Frekuensi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini jawaban responden dikategorikan kedalam lima kategori dengan menggunakan *Skala Likert*. Nilai rata-rata pembobotan atau nilai skor jawaban responden yang diperoleh diklasifikasikan ke dalam skala kategori nilai.

**Tabel 4. Distribusi penentuan Skor Rata-rata Pernyataan**

No	Nilai Rata-rata Skor Jawaban	Makna Kategori/Interprestasi
1	$X \leq 1,5$	Sangat Rendah/Tidak Baik
2	$1,5 < X \leq 2,5$	Rendah/Kurang Baik
3	$2,5 < X \leq 3,5$	Netral/Cukup
4	$3,5 < X \leq 4,5$	Tinggi/Baik
5	$X > 4,5$	Sangat Tinggi/Sangat Baik

Sumber: Arikunto, 2002

Tabel di atas menunjukkan makna kategori dalam melakukan interpretasi hasil penelitian berdasarkan skor jawaban responden. Alasan yang mendasari responden diberikan kebebasan untuk memberikan penilaian secara obyektif berdasarkan apa yang dilihat dan dirasakan jamaah haji khusus Ujas Tour. Tanggapan responden mengenai kelima kategori yang diteliti dengan menggunakan rata-rata skor.

Variabel X pada penelitian ini Komunikasi Interpersonal *Tour leader* yang dibagi menjadi 5 sub variabel dan terdiri dari 5 indikator dengan total 14 pernyataan. Kelima sub variabel X tersebut adalah *Openness* (Keterbukaan), *Empathy* (Rasa Empati), *Supportiveness* (Sikap Mendukung), *Positiveness* (Sikap Positif), *Equality* (Kesetaraan). Variabel Y pada penelitian ini Kepuasan jamaah yang dibagi menjadi 5 sub variabel dan terdiri dari 5 indikator dengan total 12 pernyataan. Kelima sub variabel Y tersebut adalah *Expectation* (Kesesuaian dengan harapan), *Performance* (Pelayanan), *Comparison* (Perbandingan), *Confirmation or Disconfirmation*, *Discrepancy* (Ketidaksesuaian).

### 1. Analisis Variabel Hubungan Komunikasi Interpersonal *Tour leader* (X)

#### a. Distribusi frekuensi Indikator *Openness* (Keterbukaan)

Dalam pernyataan ini yang akan diukur yaitu, apakah ada keterbukaan informasi yang diberikan *Tour leader* kepada jamaah haji khusus, baik itu mengenai teknik perjalanan, resiko dan kendala yang terjadi di tanah Suci disampaikan dengan jujur dan terbuka

**Tabel 5. Jawaban responden pada pertanyaan indikator *Openness***

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
1	Sangat setuju	22	52,4	4,40 (Baik)
2	Setuju	15	35,7	
3	Cukup Setuju	5	11,9	
4	Tidak Setuju	0	0	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	
<b>Jumlah</b>		42	100	

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel 5 komunikasi interpersonal kategori *Openness*, dari 42 responden selaku jamaah Haji khusus Ujas Tour Tahun 2024. menunjukkan bahwa 22 responden dengan presentase (52,4%) menjawab Sangat Setuju. 15 responden menjawab setuju dengan presentase (35,7 %) bila dibandingkan dengan kategori cukup setuju sebanyak 5 responden dan presentase 11,9%). Sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak terdapat responden yang

memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,40 yang artinya komunikasi interpersonal *Tour leader* kategori Openness sangat baik

### b. *Empathy (Rasa Empati) Tour leader*

Dalam pernyataan ini yang akan diukur yaitu, apakah ada rasa empati yang ditunjukkan kepada jamaah haji khusus dengan memahami keluhan dan memberikan solusi dan cara mengatasinya.

**Tabel 6. Jawaban responden pada pertanyaan indikator *Empathy***

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
1	Sangat setuju	21	50	4,36 (Baik)
2	Setuju	15	35,7	
3	Cukup Setuju	6	14,3	
4	Tidak Setuju	0	0	
5	Sangat Tidak Setuju	0	0	
<b>Jumlah</b>		42	100	

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa *Tour leader* memberikan solusi terhadap keluhan dan peka terdapat informasin yang dibutuhkan jamaah haji yakni sebanyak 21 responden dengan presentase (50%). Selanjutnya 15 responden menjawab setuju dengan presentase (35,7 %) bila dibandingkan dengan kategori cukup setuju sebanyak 6 responden dan presentase (14,3%). Sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,36 yang artinya komunikasi interpersonal *Tour leader* yang memiliki rasa empati yang baik.

### c. *Supportiveness (Sikap Mendukung) Tour leader*

Dalam pernyataan ini yang akan diukur yaitu, apakah ada sikap saling mendukung *Tour leader* kepada jamaah haji terkait aktif menanyakan kebutuhan jamaah, menanggapi dengan baik keluhan serta memberikan reaksi yang tidak menyepelkan dan sikap cuek. Aktif memberikan Update informasi terbaru kepada jamaah.

**Tabel 7. Jawaban responden pada pertanyaan indikator *Supportiveness***

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
1	Sangat Baik	25	59,5	4,48 (Baik)
2	Baik	12	28,6	
3	Cukup	5	11,9	
4	Tidak Baik	0	0	
5	Sangat Tidak Baik	0	0	
<b>Jumlah</b>		42	100	

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa Sebagian besar responden menjawab *Supportiveness Tour leader* sangat baik yakni sebanyak 25 responden dengan presentase (59,5%). 12 responden menjawab baik dengan presentase (28,6%), kemudian dengan kategori cukup baik sebanyak 5 responden dan presentase (11,9%). Sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju

tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,48 yang artinya komunikasi interpersonal *Tour leader* kategori *supportivess* baik.

#### d. *Positiveness (Sikap Positif) Tour leader*

Yang ingin diukur dalam kategori ini yakni apakah *Tour leader* mampu menunjukkan sikap perilaku dan pikiran yang positif.

**Tabel 8. Jawaban responden pada pertanyaan indikator *Positiveness***

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
1	Sangat Baik	21	50	4,29 (Baik)
2	Baik	13	31	
3	Cukup	7	16,7	
4	Tidak Baik	1	2,4	
5	Sangat Tidak Baik	0	0	
<b>Jumlah</b>		42	100	

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa Sebagian besar responden menjawab *Positiveness Tour leader* sangat baik yakni sebanyak 21 responden dengan presentase (50%). 13 responden menjawab baik dengan presentase (31%), kemudian dengan kategori cukup baik sebanyak 7 responden dan presentase (16,7%). Sedangkan untuk jawaban tidak baik yakni 1 responden dengan presentase (2,4%). Selanjutnya jawaban sangat tidak baik, tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,29 yang artinya komunikasi interpersonal *Tour leader* kategori *positiveness* baik.

#### e. *Equality (Kesetaraan) Tour leader*

Dalam kategori ini ang ingin diukur yakni apakah *Tour leader* saling memiliki kepentingan keduanya saling menghargai dan saling mendukung.

**Tabel 9. Jawaban responden pada pertanyaan indikator *Equality***

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
1	Sangat Baik	24	57,1	4,36 (Baik)
2	Baik	9	21,4	
3	Cukup	9	21,4	
4	Tidak Baik	0	0	
5	Sangat Tidak Baik	0	0	
<b>Jumlah</b>		42	100	

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa Sebagian besar responden menjawab *Equality Tour leader* sangat baik yakni sebanyak 24 responden dengan presentase 57,1%. 13 responden menjawab baik dan cukup baik sebanyak 9 responden dengan presentase 1,4%, kemudian dengan kategori cukup baik sebanyak 7 responden dan presentase 16,7%. Sedangkan untuk jawaban tidak baik dan sangat tidak baik, tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,36 yang artinya komunikasi interpersonal *Tour leader* kategori *Equality* baik.

Secara keseluruhan komunikasi interpersonal *Tour leader* mencakup seluruh indikator yang telah diukur oleh peneliti, maka deskripsi frekuensi komunikasi interpersonal *Tour leader* sebagai berikut:

**Tabel 10. Komunikasi Interpersonal *Tour leader***

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
1	Sangat Baik	27	64,3	4,60 (Sangat Baik)
2	Baik	13	31	
3	Cukup	2	4,8	
4	Tidak Baik	0	0	
5	Sangat Tidak Baik	0	0	
<b>Jumlah</b>		42	100	

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel 10 komunikasi interpersonal *Tour leader*, dari 42 responden selaku jamaah haji khusus 2024. menunjukkan hasil terbanyak pada kategori sangat baik yakni mencapai 27 responden dengan presentase (64,3%), selanjutnya dinyatakan baik sebanyak 13 responden dengan presentase (31%), cukup baik sebanyak 2 responden dengan presentase 4,8%, Sedangkan untuk jawaban tidak baik dan sangat tidak baik, tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,60 yang artinya komunikasi interpersonal *Tour leader* sangat baik.

## 2. Analisis Variabel Kepuasan Jamaah Haji (Y)

### a. *Expectation* (Kesesuaian dengan harapan)

Yang ingin diukur dalam kategori ini yakni apakah informasi yang diberikan *Tour leader* sesuai dengan kebutuhan dan harapan jamaah, harga yang dipilih oleh jamaah sesuai dengan harapan jamaah

**Tabel 11. Jawaban responden pada pertanyaan indikator *Expectation***

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
1	Sangat Baik	22	52,4	4,45 (Sangat Baik)
2	Baik	17	40,5	
3	Cukup	3	7,2	
4	Tidak Baik	0	0	
5	Sangat Tidak Baik	0	0	
<b>Jumlah</b>		42	100	

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel 11 dapat diketahui bahwa Sebagian besar responden menjawab *Expectation* jamaah Haji 2024 sangat baik yakni sebanyak 22 responden dengan presentase 52,4%. Tidak jauh berbeda pada kategori baik sebanyak 17 responden dengan presentase 40,5%, dan cukup baik sebanyak 3 responden dengan presentase 7,2%. Sedangkan untuk jawaban tidak baik dan sangat tidak baik, tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,45 yang artinya kepuasan jamaah haji kategori kesesuaian harapan sangat baik.

### b. *Performance (Pelayanan)*

Yang ingin diukur dalam kategori ini yakni apakah Pelayanan yang diberikan *Tour leader* menciptakan pengalaman haji yang menyenangkan dan menciptakan kepuasan bagi jamaah diantaranya penanganan keluhan dengan dengan baik.

**Tabel 12. Jawaban responden pada pertanyaan indikator *Performance***

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
1	Sangat Baik	20	47,6	4,26 (Baik)
2	Baik	13	31	
3	Cukup	9	21,4	
4	Tidak Baik	0	0	
5	Sangat Tidak Baik	0	0	
<b>Jumlah</b>		42	100	

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel 12 dapat diketahui bahwa Sebagian besar elemen *performance* sebanyak 20 responden dengan presentase 47,6% menjawab sangat baik. kemudian sebanyak 13 responden dengan presentase 31% menjawab baik, dan cukup baik sebanyak 9 responden dengan presentase 21,4%. Sedangkan untuk jawaban tidak baik dan sangat tidak baik, tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,26 yang artinya kepuasan jamaah haji elemen *performance* kategori baik.

### c. *Comparison (Perbandingan)*

Yang diukur dalam kategori ini yakni apakah Setelah menggunakan atau merasakan pelayanan *Tour leader* maka jamaah akan membandingkan harapan terhadap kinerja jasa sebelum membeli dengan kinerja yang mereka terima, perbandingan bisa berasal dari pengalaman menggunakan travel lain sebelum berangkat haji bersama Ujas Tour.

**Tabel 13. Jawaban responden pada pertanyaan indikator Perbandingan**

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
1	Sangat Baik	20	47,6	4,21 (Baik)
2	Baik	12	28,6	
3	Cukup	9	21,4	
4	Tidak Baik	1	2,4	
5	Sangat Tidak Baik	0	0	
<b>Jumlah</b>		42	100	

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel 13 dapat diketahui bahwa Sebagian besar elemen *comparison* sebanyak 20 responden dengan presentase 47,6% menjawab sangat baik. kemudian sebanyak 12 responden dengan presentase 28,6% menjawab baik, cukup baik sebanyak 9 responden dengan presentase 21,4%, dan menjawab tidak baik sebanyak 1 responden dengan presentase 2,4%. Sedang yang menjawab sangat tidak baik, tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,21 yang artinya kepuasan jamaah haji elemen *comparison* kategori baik.

### d. *Confirmation or Disconfirmation*

Yang ingin diukur dalam kategori ini yakni apakah *harapan* jamaah dipengaruhi oleh pengalaman jamaah terhadap penggunaan jasa yang berbeda atau dari pengalaman orang lain.

Melalui travel lain dan komunikasi perusahaan serta orang lain. Jamaah membandingkan harapan kinerja.

**Tabel 14. Jawaban responden pada pertanyaan indikator *Confirmation or Disconfirmation***

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
1	Sangat Baik	21	50	4,33 (Baik)
2	Baik	14	33,3	
3	Cukup	7	16,7	
4	Tidak Baik	0	0	
5	Sangat Tidak Baik	0	0	
<b>Jumlah</b>		42	100	

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa Sebagian besar elemen *Confirmation or Disconfirmation* sebanyak 21 responden dengan presentase 50% menjawab sangat baik. kemudian sebanyak 14 responden dengan presentase 33,3% menjawab baik, cukup baik sebanyak 7 responden dengan presentase 16,7%. Sedang yang menjawab tidak baik dan sangat tidak baik, tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,33 yang artinya kepuasan jamaah haji elemen *Confirmation or Disconfirmation* kategori baik.

#### e. Ketidaksesuaian (Discrepancy)

Yang ingin diukur dalam kategori ini yakni apakah Pelayanan yang diberikan *Tour leader* tidak berada pada level sesuaian harapan atau level kesenjangan (ketidakpuasan) dengan kualitas pelayanan komunikasi.

**Tabel 15. Jawaban responden pada pertanyaan indikator *Discrepancy***

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
1	Sangat Baik	25	59,5	4,43 (Baik)
2	Baik	10	23,8	
3	Cukup	7	16,7	
4	Tidak Baik	0	0	
5	Sangat Tidak Baik	0	0	
<b>Jumlah</b>		42	100	

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa Sebagian besar elemen ketidaksesuaian sebanyak 25 responden dengan presentase 59,5% menjawab sangat baik. kemudian sebanyak 10 responden dengan presentase 23,8% menjawab baik, cukup baik sebanyak 7 responden dengan presentase 16,7%. Sedang yang menjawab tidak baik dan sangat tidak baik, tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,43 yang artinya kepuasan jamaah haji elemen ketidaksesuaian kategori baik.

#### Secara keseluruhan deskripsi frekuensi kepuasan jamaah haji yaitu:

**Tabel 16. Jawaban responden pada pertanyaan indikator *Discrepancy***

No	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)	Mean
1	Sangat Baik	24	57,1	4,50 (Baik)
2	Baik	15	35,7	
3	Cukup	3	7,1	
4	Tidak Baik	0	0	
5	Sangat Tidak Baik	0	0	
<b>Jumlah</b>		42	100	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa Sebagian besar kepuasan jamaah haji khusus tahun 2024 sebanyak 24 responden dengan presentase 57,1% menjawab sangat baik. kemudian sebanyak 15 responden dengan presentase 35,7% menjawab baik, cukup baik sebanyak 3 responden dengan presentase 7,1%. Sedang yang menjawab tidak baik dan sangat tidak baik, tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,50 yang artinya kepuasan jamaah haji kategori baik.

### 3. Hubungan Komunikasi Interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan Jamaah haji Khusus

Komunikasi interpersonal yang dilihat dari lima indikator yakni *Openness* (Keterbukaan), *Empathy* (Rasa Empati), *Supportiveness* (Sikap Mendukung), *Positiveness* (Sikap Positif), *Equality* (Kesetaraan). hal ini terkait dengan bentuk pelayanan kepada jamaah haji dan akan memiliki hubungan dengan kepuasan dari jamaah. untuk melihat adanya hubungan antara komunikasi interpersonal dengan kepuasan jamaah haji khusus tahun 2024, maka peneliti menggunakan Uji *Che-Square*.

#### a. Hubungan *Openness* (Keterbukaan) *Tour leader* dengan kepuasan Jamaah haji Khusus

Tabel 17. Hubungan *Openness* (Keterbukaan) *Tour leader* dengan kepuasan Jamaah Haji khusus tahun 2024

<i>Openness</i> (Keterbukaan)	Kepuasan Jamaah								Total	Sig (p)	Contingency coefficient
	Sangat Puas		Puas		Kurang Puas		Tidak Puas				
	N	%	N	%	N	%	N	%			
Sangat Baik	19	12,6	3	7,9	0	1,6	0	0	22	0,000	0,589
Baik	5	8,6	7	5,4	3	1,1	0	0	15		
Kurang Baik	0	0	5	1,8	0	0,4	0	0	5		
<b>Jumlah</b>	24	24	15	15	3	3	0	0	42		

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan table diatas menunjukkan hubungan *Openness* (Keterbukaan) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak presentase 12,6% memiliki hubungan sangat baik dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Lebih banyak bila dibandingkan dengan hubungan antara *openness* *Tour leader* sangat baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni presentasenya 7,9%. Sama halnya dengan kategori *openness* *Tour leader* sangat baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya presentasenya 1,6%.

Hubungan *Openness* (Keterbukaan) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak presentase 8,6% memiliki hubungan baik dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Presentase hubungan antara *openness* *Tour leader* baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni presentasenya 5,4%. Sama halnya dengan kategori *openness* *Tour leader* baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya presentasenya 1,1%.

Hubungan *Openness* (Keterbukaan) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak presentase 0% tidak ada antara Keterbukaan kurang *Tour leader* dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Presentase hubungan antara *openness* *Tour leader* kurang baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni presentasenya 1,8%. Hubungan kategori *openness* *Tour leader* kurang baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya presentasenya 0,4%. Secara keseluruhan nilai *contingency coefficient* sebesar 0,589 yang artinya antara keterbukaan *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji khusus kategori memiliki hubungan kategori sedang.

### b. Hubungan *Empathy* (Empati) *Tour leader* dengan kepuasan Jamaah haji Khusus

Tabel 18. Hubungan *Empathy* (Empati) *Tour leader* dengan kepuasan Jamaah Haji khusus tahun 2024

<i>Empathy</i> (Empati)	Kepuasan Jamaah								Total	Sig (p)	Contingency coefficient
	Sangat Puas		Puas		Kurang Puas		Tidak Puas				
	N	%	N	%	N	%	N	%			
Sangat Baik	19	12	2	7,5	0	0	0	0	21	0,000	0,579
Baik	5	8,6	8	5,4	2	1,1	0	0	15		
Kurang Baik	0	3,4	5	2,1	1	0,4	0	0	6		
<b>Jumlah</b>	24	24	15	15	3	3	0	0	42		

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hubungan *Empathy* (Empati) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak presentase 12% memiliki hubungan sangat baik dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Lebih banyak bila dibandingkan dengan hubungan antara *Empathy* (Empati) *Tour leader* sangat baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni presentasenya 7,5%. Sama halnya dengan kategori *Empathy* (Empati) *Tour leader* sangat baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya presentasenya 0%.

Hubungan *Empathy* (Empati) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak presentase 8,6% memiliki hubungan baik dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Presentase hubungan antara *Empathy* (Empati) *Tour leader* baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni presentasenya 5,4%. Sama halnya dengan kategori empati *Tour leader* baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya presentasenya 1,1%.

Hubungan *Empathy* (Empati) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak presentase 3,4% antara *Empathy* (Empati) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Presentase hubungan antara *Empathy* (Empati) *Tour leader* kurang baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni presentasenya 2,1%. Hubungan kategori *Empathy* (Empati) *Tour leader* kurang baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya presentasenya 0,4%. Secara keseluruhan nilai *contingency coefficient* sebesar 0,579 yang artinya antara empati *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji khusus kategori memiliki hubungan kategori sedang.

### c. Hubungan *Supportiveness* (Sikap mendukung) *Tour leader* dengan kepuasan Jamaah haji Khusus

Tabel 19. Hubungan *Supportiveness* (Sikap mendukung) *Tour leader* dengan kepuasan Jamaah Haji khusus tahun 2024

<i>Supportiveness</i> (Sikap mendukung)	Kepuasan Jamaah								Total	Sig (p)	Contingency coefficient
	Sangat Puas		Puas		Kurang Puas		Tidak Puas				
	N	%	N	%	N	%	N	%			
Sangat Baik	24	14,3	1	8,9	0	1,8	0	0	25	0,000	0,690
Baik	0	6,9	10	4,3	2	0,9	0	0	12		
Kurang Baik	0	2,9	4	1,8	1	0,4	0	0	5		
<b>Jumlah</b>	24	24	15	15	3	3	0	0	42		

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hubungan *Supportiveness* (Sikap mendukung) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak presentase 14,3% memiliki hubungan sangat baik dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Lebih banyak bila dibandingkan dengan hubungan antara *Supportiveness* (Sikap mendukung) *Tour leader* sangat baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni presentasenya 8,9%. Sama halnya dengan kategori *Supportiveness* (Sikap mendukung) *Tour*

*leader* sangat baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya persentasenya 1,8%.

Hubungan *Supportiveness* (Sikap mendukung) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak persentase 6,9% memiliki hubungan baik dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Presentase hubungan antara *Supportiveness* (Sikap mendukung) *Tour leader* baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni persentasenya 4,3%. Sama halnya dengan kategori *Supportiveness* (Sikap mendukung) *Tour leader* baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya persentasenya 0,9%.

Hubungan *Supportiveness* (Sikap mendukung) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak persentase 2,9% antara *Supportiveness* (Sikap mendukung) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Presentase hubungan antara *Empathy* (Empati) *Tour leader* kurang baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni persentasenya 1,8%. Hubungan kategori *Supportiveness* (Sikap mendukung) *Tour leader* kurang baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya persentasenya 0,4%. Secara keseluruhan nilai *contingency coefficient* sebesar 0,690 yang artinya antara *Supportiveness* (Sikap mendukung) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji khusus kategori memiliki hubungan yang kuat.

#### d. Hubungan *Positiveness* (Sikap positif) *Tour leader* dengan kepuasan Jamaah haji Khusus

Tabel 20. Hubungan *Positiveness* (Sikap positif) *Tour leader* dengan kepuasan Jamaah Haji khusus tahun 2024

<i>Positiveness</i> (Sikap positif)	Kepuasan Jamaah								Total	Sig (p)	Contingency coefficient
	Sangat Puas		Puas		Kurang Puas		Tidak Puas				
	N	%	N	%	N	%	N	%			
Sangat Baik	24	14,3	1	8,9	0	1,8	0	0	25	0,000	0,690
Baik	0	6,9	10	4,3	2	0,9	0	0	12		
Kurang Baik	0	2,9	4	1,8	1	0,4	0	0	5		
<b>Jumlah</b>	24	24	15	15	3	3	0	0	42		

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hubungan *Positiveness* (Sikap positif) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak persentase 12% memiliki hubungan sangat baik dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Lebih banyak bila dibandingkan dengan hubungan antara *Positiveness* (Sikap positif) *Tour leader* sangat baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni persentasenya 7,5%. Sama halnya dengan kategori *Positiveness* (Sikap positif) *Tour leader* sangat baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya persentasenya 1,5%.

Hubungan *Positiveness* (Sikap positif) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak persentase 7,4% memiliki hubungan baik dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Presentase hubungan antara *Positiveness* (Sikap positif) *Tour leader* baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni persentasenya 4,6%. Sama halnya dengan kategori *Positiveness* (Sikap positif) *Tour leader* baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya persentasenya 0,9%.

Hubungan *Positiveness* (Sikap positif) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak persentase 0,6% hubungan antara *Positiveness* (Sikap positif) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Presentase hubungan antara *Positiveness* (Sikap positif) *Tour leader* kurang baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni persentasenya 0,4%. Hubungan kategori *Positiveness* (Sikap positif) *Tour leader* kurang baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya persentasenya 0,1%. Secara keseluruhan nilai *contingency coefficient* sebesar 0,669 yang artinya antara *Positiveness* (Sikap positif) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji khusus kategori memiliki hubungan yang kuat.

e. Hubungan *Equality* (kesetaraan) *Tour leader* dengan kepuasan Jamaah haji Khusus

Tabel 21. Hubungan *Equality* (kesetaraan) *Tour leader* dengan kepuasan Jamaah Haji khusus tahun 2024

<i>Equality</i> (kesetaraan)	Kepuasan Jamaah								Total	Sig (p)	Contingency coefficient
	Sangat Puas		Puas		Kurang Puas		Tidak Puas				
	N	%	N	%	N	%	N	%			
Sangat Baik	20	13,1	3	8,2	0	1,6	0	0	23	0,000	0,588
Baik	4	5,7	5	3,6	1	0,7	0	0	10		
Kurang Baik	0	5,1	7	3,2	2	0,6	0	0	9		
<b>Jumlah</b>	24	24	15	15	3	3	0	0	42		

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hubungan *Equality* (kesetaraan) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak presentase 13,1% memiliki hubungan sangat baik dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Lebih banyak bila dibandingkan dengan hubungan antara *Equality* (kesetaraan) *Tour leader* sangat baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni presentasenya 8,2%. Sama halnya dengan kategori *Equality* (kesetaraan) *Tour leader* sangat baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya presentasenya 1,6%.

Hubungan *Equality* (kesetaraan) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak presentase 5,7% memiliki hubungan baik dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Presentase hubungan antara *Equality* (kesetaraan) *Tour leader* baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni presentasenya 3,6%. Sama halnya dengan kategori *Equality* (kesetaraan) *Tour leader* baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya presentasenya 0,7%.

Hubungan *Equality* (kesetaraan) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak presentase 5,1% hubungan antara *Equality* (kesetaraan) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Presentase hubungan antara *Positiveness* (Sikap positif) *Tour leader* kurang baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni presentasenya 3,2%. Hubungan kategori *Equality* (kesetaraan) *Tour leader* kurang baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya presentasenya 0,6%. Secara keseluruhan nilai *contingency coefficient* sebesar 0,588 yang artinya antara *Equality* (kesetaraan) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji khusus kategori memiliki hubungan yang sedang.

Tabel 22. Hubungan Komunikasi Interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan Jamaah Haji khusus tahun 2024

Komunikasi Interpersonal	Kepuasan Jamaah								Total	Sig (p)	Contingency coefficient
	Sangat Puas		Puas		Kurang Puas		Tidak Puas				
	N	%	N	%	N	%	N	%			
Sangat Baik	24	15,4	3	9,6	0	1,9	0	0	27	0,000	0,664
Baik	0	7,4	10	4,6	3	0,9	0	0	13		
Kurang Baik	0	1,1	2	0,7	1	0,1	0	0	2		
<b>Jumlah</b>	24	24	15	15	3	3	0	0	42		

Sumber: Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel 4.4.18 menunjukkan hubungan Komunikasi Interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak presentase 15,4% memiliki hubungan sangat baik dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Lebih banyak bila dibandingkan dengan hubungan antara Komunikasi Interpersonal *Tour leader* sangat baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni presentasenya 9,6%. Sama halnya dengan kategori Komunikasi Interpersonal *Tour leader* sangat baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya presentasenya 1,9%.

Hubungan Komunikasi Interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak presentase 7,4% memiliki hubungan baik dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Presentase hubungan

antara Komunikasi Interpersonal *Tour leader* baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni persentasenya 4,6%. Sama halnya dengan kategori Komunikasi Interpersonal *Tour leader* baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya persentasenya 0,9%.

Hubungan Komunikasi Interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah sebanyak persentase 1,1% hubungan antara Komunikasi Interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas. Presentase hubungan antara Komunikasi Interpersonal *Tour leader* kurang baik dengan kepuasan jamaah kategori puas yakni persentasenya 0,7%. Hubungan kategori Komunikasi Interpersonal *Tour leader* kurang baik memiliki tingkat kepuasan kategori kurang puas yakni hanya persentasenya 0,1%. Secara keseluruhan nilai *contingency coefficient* sebesar 0,664 yang artinya antara Komunikasi Interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji khusus kategori memiliki hubungan yang kuat.

## ANALISIS DATA

### Uji validitas dan reliabilitas

Untuk mengukur sah tidaknya instrumen penelitian maka peneliti melakukan *uji validitas* dengan rumus *product moment*, diketahui  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada tingkat *signifikansi* 1%. Butir pertanyaan 1 ( $R_{xy}$ ) mempunyai total ( $R_{xy}$  1) sebesar 0,442 dengan ( $R_{tabel}$  0.393) atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka variabel tersebut valid. *Cronbach's Alpha* pada variabel X1 (*Openness*) sebesar, 0,919 yang berarti bahwa  $> 0,6$ , dan variabel X2 (*Empathy*) sebesar 0,819 yang berarti bahwa  $> 0,6$ , variabel X3 (*Supportiveness*) sebesar 0,928 yang berarti bahwa  $< 0,6$ , variabel X4 (*Positiveness*) sebesar 0,905 yang berarti bahwa  $< 0,6$ , variabel X5 (*Equality*) sebesar 0,888 yang berarti bahwa  $< 0,6$ , Variabel kepuasan (Y) sebesar 0,965 yang berarti bahwa  $< 0,6$ . Dapat disimpulkan semua item dalam angket penelitian reliabel atau konsisten dan dapat digunakan dalam pengajuan hipotesis. Hipotesis penelitian  $H_0$ , artinya Komunikasi interpersonal *Tour leader* PT.-Al-bayan Permata Ujas tidak mempunyai hubungan dengan kepuasan jamaah haji percepatan tahun 2024.  $H^1$  artinya Komunikasi interpersonal *Tour leader* PT.-Al-bayan Permata Ujas mempunyai hubungan dengan kepuasan jamaah haji percepatan tahun 2024.

### Uji Chi Square ( $X^2$ )

Berikut perhitungan hubungan komunikasi interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah menggunakan teknik statistik *Chi Kuadrat* ( $X^2$ ): diketahui hasil uji analisis statistik diperoleh nilai  $p = 0,000 (< 0,05)$ , dan  $df = 4$  dengan demikian nilai  $X_{hitung} 33,097 > X_{tabel} 9,488$ .

Hal ini berarti hipotesa  $H_a$  diterima. ada hubungan yang signifikan antara komunikasi interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah umrah pada periode 1445 H.

### Koefisien Korelasi (R)

Melihat seberapa besar hubungan antara variabel komunikasi interpersonal dengan kepuasan jamaah haji khusus tahun 2024 dari hasil uji koefisien korelasinya bernilai positif 0,664 dengan signifikansi 0,000 yang artinya ada hubungan positif yang signifikan antara komunikasi interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji khusus yang memiliki tingkat hubungan kuat, yakni semakin baik komunikasi *Tour leader*, maka semakin besar tingkat kepuasan jamaah haji khusus.

## PEMBAHASAN

Hasil penelitian pada table 1 menunjukkan jamaah haji khusus Ujas tour tahun 2024 dari 42 responden presentase terbanyak pada reseponden perempuan yakni 59,5% dengan jumlah 25 reseponden yang artinya yang mendominasi jamaah haji khusus adalah jamaah perempuan. Untuk kategori usia pada terlihat pada tabel 4.2 rentang usia yang paling sedikit yang berangkat haji khusus adalah pada usia 21-26 tahun yakni hanya 1 responden dengan presentase 2,4%, dan reseponden terbanyak pada rentang usia 39-44 tahun sebanyak 35,7 persen dengan jumlah 15 responden. Kemudian pada kriteria pekerjaan jamaah haji yang memiliki profesi sebagai pedagang/wiraswasta memiliki presentase terbanyak yakni 31% diikuti dengan pekerjaan ASN/TNI-Polri dan Ibu rumah tangga presentase 23,8%.

### 1. Komunikasi Interpersonal *Tour leader*

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa dari komunikasi interpersonal *Tour leader* rata responden menjawab komunikasi interpersonal responden dalam penelitian ini menunjukkan kemampuan komunikasi *Tour leader* baik yang terlihat pada setiap unsur sikap yang diukur. Unsur sikap yang diukur pada penelitian ini yakni:

#### a. *Openness* (Keterbukaan)

Menurut Joseph A. devito (1991) yang termasuk dalam ciri-ciri komunikasi interpersonal yang efektif diantaranya keterbukaan yaitu adanya kemauan untuk membuka diri pada masalah-masalah universal agar orang lain dapat mengetahui pola pikir berupa gagasan, pendapat atau pikiran sehingga akan mudah dalam memulai komunikasi, dan juga dari keterbukaan menunjukan minat kita dalam memberikan tanggapan kepada orang lain secara jujur. Dalam penelitian ini peneliti melihat keterbukaan sebagai upaya *Tour leader* dalam memberikan informasi secara terbuka dan tidak ada yang di tutupi, baik informasi yang akan mengundang kemarahan responden ataupun informasi yang sangat dibutuhkan jamaah haji. Yang dialami jamaah haji khusus Ujas tour, pada saat sebelum pemberangkatan adanya perubahan harga yang terjadi dari harga sebelumnya karena adanya kenaikan *kurs* Dolar pada saat mendekati waktu pelunasan nomor porsi, pada situasi yang hamper sama rumah transit jamaah haji yang telah di reservasi oleh pihak Ujas Tour terpaksa dibatalkan karena tidak masuk dalam list rumah transit yang direkomendasikan pemerintah. Informasi-informasi mendesak seperti itu diperlukan semua sikap yang jujur dan terus terang dari *Tour leader* untuk menyampaikannya kepada jamaah yang akan berangkat mengenai resiko dan kendala yang terjadi di Tanah suci. Upaya sikap keterbukaan yang ditampilkan Travel Ujas Tour maupun *Tour leader* dibuktinya dengan acara memantapan atau manasik haji dilaksanakan sebanyak tiga kali agar jamaah haji mengetahui *update* terbaru tentang teknis perjalanan dan prosedur haji.

Dari hasil penelitian terlihat pada table 5 bobot terbanyak pada kategori sangat setuju terdapat 22 responden dengan presentase 52,4% dengan nilai rata-rata atau meannya 4,40 yang artinya keterbukaan (*Openness*) *Tour leader* baik.

#### b. *Empathy* (Empati)

*Empathy* (Empati) menunjukkan kemampuan *Tour leader* untuk menempatkan diri pada posisi jamaah Haji yang artinya *Tour leader* yang secara emosional ataupun sikap mampu memahami apa yang dialami dan dirasakan oleh jamaah. diantara dapat memahami keluhan dan kondisi yang sedang terjadi pada jamaah haji karena *Tour leader* sadar bahwa dalam menjalankan ibadah haji bukan hal yang mudah, perlu adanya mental dan fisik yang kuat selama proses haji berlangsung. Menurut kementerian Agama Republik Indonesia (2024), seseorang yang akan menjalankan ibadah haji harus memenuhi syarat yaitu Islam, telah Baligh (dewasa), Aqil (berakal sehat), merdeka (bukan hamba sahaya), dan istita'ah (mampu). Istita'ah artinya mampu melaksanakan ibadah haji ditinjau dari segi rohani, ekonomi, keamanan dan jasmani. Sehingga jamaah harus sehat, kuat dan sanggup secara fisik melaksanakan ibadah haji. Dalam penelitian ini empati *Tour leader* terlihat pada tabel 6, *Tour leader* memberikan solusi terhadap keluhan dan peka terdapat apa yang

dibutuhkan jamaah haji yakni sebanyak 21 responden dengan presentase (50%), nilai rata-rata atau meannya 4,36 yang artinya komunikasi interpersonal *Tour leader* yang memiliki rasa empati yang baik.

c. *Supportiveness* (Sikap mendukung)

Menurut Joseph A. devito (1991) yang termasuk dalam ciri-ciri komunikasi interpersonal yang efektif salah satunya dukungan (*Supportiveness*), komunikasi interpersonal akan efektif bila dalam diri seseorang ada perilaku *supportif*, maksudnya satu dengan yang lain saling memberikan dukungan terhadap pesan yang disampaikan. Hasil penelitian yang ditinjau dari sikap komunikasi *Tour leader* yang selalu menanyakan keluhan dan apa saja yang dibutuhkan jamaah haji, menanggapi keluhan dan masukkan jamaah dengan baik dan bijak, dalam berkomunikasi *Tour leader* tidak pernah berisikap acuh tak acuh serta menyepelihkan dan menganggap rendah jamaah. Terakhir sikap mendukung yang di tampilkan *Tour leader* yakni memberikan respon dengan cepat dan tepat. Pada tabel 7, diketahui bahwa Sebagian besar responden menjawab *Supportiveness Tour leader* sangat baik yakni sebanyak 25 responden dengan presentase 59,5%, nilai rata-rata atau meannya 4,48 yang artinya komunikasi interpersonal *Tour leader* yang memiliki sikap *supportiveness* yang baik.

d. *Posittiveness* (Sikap Positif)

Unsur komunikasi interpersonal yang efektif juga harus memiliki sikap positif baik kepada diri sendiri ataupun dengan orang lain. Sehingga dalam proses komunikasi dapat mengurangi ketegangan diantara pelaku komunikasi. Sikap positif yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu, *Tour leader* tidak pernah memotong pembicaraan jamaah, *Tour leader* berkomunikasi dengan tatapan mata yang menyenangkan, senyumana dan mimik muka yang bersahabat. Dapat dilihat pada tabel 8, diketahui bahwa Sebagian besar responden menjawab *Posittiveness Tour leader* sangat baik yakni sebanyak 21 responden dengan presentase 50%, Sedangkan untuk jawaban tidak baik yakni 1 responden dengan presentase 2,4%, nilai rata-rata atau meannya yang paling sedikit bobotnya diantara lima unsur komunikasi interpersonal lain yaitu 4,29 yang artinya komunikasi interpersonal *Tour leader* yang memiliki sikap *supportiveness* masih dalam kategori baik.

e. *Equality* (Kesetaraan)

Kesetaraan yang dimaksud dalam penelitian ini bahwa diantara *Tour leader* sama-sama dasar akan kepentingan masing-masing dimana jamaah berkepentingan mendapatkan fasilitas dan pelayanan yang baik dari *Tour leader*, begitu pula dengan *Tour leader* yang memiliki kepentingan untuk mendapatkan apresiasi dari jamaah berupa respon positif jamaah haji atas pelayanan yang telah diberikan sehingga peneliti mengukur *equality* dengan melihat respon yang diberikan *Tour leader* kepada jamaah haji menumbuhkan rasa dihargai, dan perasaan bahagia serta semangat, tidak adanya diskriminasi status sosial dalam pelayanan kepada jamaah. dilihat pada tabel 9, bahwa bahwa Sebagian besar responden menjawab *Equality Tour leader* sangat baik yakni sebanyak 24 responden dengan presentase 57,1%, Nilai rata-rata atau meanya 4,36 yang artinya komunikasi interpersonal *Tour leader* kategori *Equality* baik

Dalam penelitian ini komunikasi intersonal *Tour leader* dinyatakan efektif bila memenuhi lima unsur sikap diatas sehingga secara keseluruhan hasil analisis frekuensi komunikasi interpersonal dilihat pada tabel 10, dari 42 responden selaku jamaah haji khusus 2024. menunjukkan hasil terbanyak pada kategori sangat baik yakni mencapai 27 responden dengan presetase 64,3%, Sedangkan untuk jawaban tidak baik dan sangat tidak baik, tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,60 yang artinya komunikasi interpersonal *Tour leader* sangat baik.

## 2. Kepuasan Jamaah Haji Khusus

Kepuasan pelanggan (Jamaah haji) menurut (Tse & Wilton:1988) respon terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Pada peneliti mengukur kepuasan jamaah melalui lima elemen kepuasan yaitu:

### a. *Expectation* (Kesesuaian dengan harapan)

Pada penelitian ini, elemen kesesuaian dengan harapan melihat penyampaian informasi dari *Tour leader* sesuai dengan kebutuhan jamaah, fasilitas serta pelayanan yang diberikan sesuai dengan harga dan harapan jamaah. Berdasarkan tabel 11 dapat diketahui bahwa Sebagian besar responden menjawab *Expectation* jamaah Haji 2024 sangat baik yakni sebanyak 22 responden dengan presentase 52,4%. Sedangkan dan cukup baik sebanyak 3 responden dengan presentase 7,2%. Nilai rata-rata atau meanya 4,45 yang artinya kepuasan jamaah haji kategori kesesuaian harapan sangat baik.

### b. *Performance* (Pelayanan)

*Tour leader* menumbuhkan hakekat haji yang jamaah sedang jalankan berupa informas yang jelas dan mudah dimengerti jamaah, yang dimaksud dalam penelitian ini *Tour leader* mampu menjelaskan tatacara haji syarat dan rukun haji sesuai dengan syariat Islam, *Tour leader* melayani dengan sabar tanpa terkecuali saat menghadapi keluhan atau komplek jamaah haji. Hasil penelitian menunjukkan pada tabel 12, besar elemen *performance* sebanyak 20 responden dengan presentase 47,6% menjawab sangat baik, Nilai rata-rata atau meanya 4,26 yang artinya kepuasan jamaah haji elemen *performance* kategori baik.

### c. *Comparison* (Perbandingan)

Setelah berangkat umrah, terdapatnya harapan prapembelian dan persepsi kinerja actual yang pada akhirnya jamaah akan membandingkan keduanya. Dalam penelitian ini peneliti mengukur perbandingan jamaah haji antara lain setelah menggunakan atau merasakan pelayanan *Tour leader* maka jamaah akan membandingkan harapan terhadap kinerja jasa sebelum membeli dengan kinerja yang mereka terima, perbandingan bisa berasal dari pengalaman menggunakan travel lain sebelum berangkat haji bersama Ujas Tour. Berdasarkan tabel 13 dapat diketahui bahwa Sebagian besar elemen *comparison* sebanyak 20 responden dengan presentase 47,6% menjawab sangat baik. Sedang yang menjawab sangat tidak baik, tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,21 yang artinya kepuasan jamaah haji elemen *comparison* kategori baik.

### d. *Confirmation or Disconfirmation*

Hasi dari perbandingan tersebut akan menghasilkan *confirmation of expectation*, yaitu ketika harapan dan kinerja berada pada level yang sama atau akan menghasilkan *disconfirmation of expectation*, yaitu jika kinerja aktual lebih baik atau kurang dari yang di diharapkan. *harapan* jamaah dipengaruhi oleh pengalaman jamaah terhadap penggunaan jasa yang berbeda atau dari pengalaman orang lain artinya Jamaah membandingkan harapan kinerja *Tour leader* dilapangan. Berdasarkan tabel 14 dapat diketahui bahwa Sebagian besar elemen *Confirmation or Disconfirmation* sebanyak 21 responden dengan presentase 50% menjawab sangat baik. kemudian sebanyak 14 responden dengan presentase 33,3% menjawab baik, Sedang yang menjawab tidak baik dan sangat tidak baik, tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,33 yang artinya kepuasan jamaah haji elemen *Confirmation or Disconfirmation* kategori baik

### e. Ketidaksesuaian (*Discrepancy*)

Menurut Wilkie (2016), Jika level kinerja tidak sama, *discrepancy* mengidentifikasi bagaimana perbedaan antara level kinerja dengan harapan. Untuk *negative disconfirmations*, yaitu kinerja actual berada di bawah level harapan, kesenjangan yang lebih luas lagi akan mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan. Berdasarkan tabel 15 dapat diketahui bahwa Sebagian besar elemen

ketidaksesuaian sebanyak 25 responden dengan presentase 59,5% menjawab sangat baik. Sedang yang menjawab tidak baik dan sangat tidak baik, tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,43 yang artinya kepuasan jamaah haji elemen ketidaksesuaian kategori baik.

secara keseluruhan kepuasan jamaah haji khusus berapa pada kategori baik pada dilihat dari nilai mean pada tabel 16 yakni diketahui bahwa Sebagian besar kepuasan jamaah haji khusus tahun 2024 sebanyak 24 responden dengan presentase 57,1% menjawab sangat baik. kemudian sebanyak 15 responden dengan presentase 35,7% menjawab baik, cukup baik sebanyak 3 responden dengan presentase 7,1%. Sedang yang menjawab tidak baik dan sangat tidak baik, tidak terdapat responden yang memilihnya yakni 0 atau 0%. Nilai rata-rata atau meanya 4,50 yang artinya kepuasan jamaah haji kategori baik.

### 3. Hubungan Komunikasi Interpersonal *Tour leader* dengan Kepuasan Jamaah Haji Khusus

Melihat hubungan antara variabel komunikasi interpersonal dengan variabel kepuasan jamaah haji khusus peneliti menggunakan teori penetrasi sosial, karena dinilai sesuai dengan indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Komunikasi interpersonal *Tour leader* untuk mempengaruhi kepuasan jamaah, dimana pada prosesnya melalui beberapa tahap yang dianalogikan dengan konsep lapisan bawang, dimulai dari tahap terluar, sampai tahap lapisan paling dalam. Tahap ini bertujuan agar jamaah haji khusus Ujas Tour merasa nyaman setelah berkomunikasi dengan *Tour leader* hingga memberikan penilaian sangat puas ataupun tidak puas.

Perspektif Teori Penetrasi sosial yang mulai dikembangkan sejak tahun 1972, menurut ahli Irwin Altman & Dalmis Taylor menjelaskan penjabaran sebagai berikut: 1. Kita lebih sering dan lebih cepat akrab dalam hal pertukaran pada lapisan terluar dari diri kita. 2. kita lebih mudah membicarakan atau ngobrol tentang hal hal yang kurang penting dalam diri kita kepada orang lain, daripada membicarakan tentang hal-hal diri kita kepada orang lain. 3. Keterbukaan-diri (self disclosure) bersifat resiprokal (timbang-balik), terutama pada tahap awal dalam suatu hubungan.

Penelitian ini menganalisis hubungan antara hubungan *Openness* (Keterbukaan) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji pada table 17 bobot presentase hubungan keterbukaan dengan kepuasan jamaah secara signifikansi memilih hubungan yang positif yakni terdapat presentase 12,6% berhubungan sangat baik dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas dan indikator keterbukaan yang kurang baik tidak memiliki hubungan yakni 0% dengan kepuasan jamaah dengan nilai *continggency coefficient* sebesar 0,589 yang artinya antara keterbukaan *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji khusus memiliki tingkat hubungan sedang.

Hubungan *empathy* dengan kepuasan jamaah haji khusus mencoba untuk masuk kedalam lapisan komunikasi lebih dengan dengan jamaah haji, terlihat pada tabel 18 menghasilkan 12% hubungan *empathy* sangat baik dengan kepuasan jamaah kategori sangat puas, sedangkan pada hubungan *empathy* yang kurang baik hanya memiliki bobot senilai 3,4%, yang berarti adanya hubungan positif antara *empathy* dengan kepuasan jamaah, nilai *continggency coefficient* sebesar 0,579, yang artinya antara empati *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji khusus memiliki tingkat hubungan sedang.

Hubungan *Supportiveness* (Sikap mendukung) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah bernilai positif terlihat pada table 19, memperoleh nilai presentase 14,3% artinya ada hubungan sikap mendukung yang sangat baik dengan kepuasan jamaah haji khusus, begitu pula sebaliknya semakin berkurang *Supportiveness* *Tour leader* pada semakin tidak memiliki hubungan dengan kepuasan jamaah yakni hanya berbobot 2,9% tingkat hubungannya. keseluruhan nilai *continggency coefficient* sebesar 0,690 yang artinya antara *Supportiveness* (Sikap mendukung) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji khusus memiliki hubungan yang kuat.

hubungan *Positiveness* (Sikap positif) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah berdasarkan table 20 ada hubungan yang positif antara sikap positif *Tour leader* yang sangat baik dengan kepuasan jamaah haji bobot kepuasan sebesar 14,3%, sedangkan hubungan antara *Positiveness* yang kurang baik dengan kepuasan jamaah sebesar 1,8% ini membuktikan masih ada hubungan serta tingkat hubungan yang kuat antara sikap positif dengan kepuasan jamaah dilihat pada nilai *contingency coefficient* sebesar 0,669.

Hubungan *equality* (kesetaraan) *Tour leader* dengan kepuasan jamaah berdasarkan table 21 sebesar 13,1% hubungan *equality* yang sangat baik dengan kepuasan jamaah, sedangkan hubungan antara *equality* yang kurang baik dengan kepuasan jamaah sebesar 3,2% ini membuktikan masih ada hubungan serta tingkat hubungan yang sedang antara kesetaraan dengan kepuasan jamaah dilihat pada nilai *contingency coefficient* sebesar 0,588.

Secara keseluruhan dapat dilihat hubungan antara komunikasi interpersonal dengan kepuasan jamaah haji khusus Ujas Tour memiliki hubungan yang signifikan, pada table 22 menunjukkan bobot hubungan sebesar 15,3% antara komunikasi interpersonal *Tour leader* yang sangat baik dengan kepuasan jamaah. Sebaliknya walaupun pada kategori komunikasi interpersonal yang kurang baik dengan kepuasan jamaah tidak memiliki nilai bobot namun masih menyumbang 1,1%. Hubungan bersifat positif yang signifikan antara komunikasi interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji khusus yang memiliki tingkat hubungan kuat, yakni semakin baik komunikasi *Tour leader*, maka semakin besar tingkat kepuasan jamaah haji khusus. dengan nilai *contingency coefficient* sebesar 0,664 yang artinya antara Komunikasi Interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji khusus memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Dari hasil uji analisis *statistic* diperoleh nilai  $p = 0,000 (< 0,05)$ , dan  $df = 4$  dengan demikian nilai  $X_{hitung} 33,097 > X_{tabel} 9,488$ . Hal ini berarti hipotesa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak ada hubungan yang signifikan antara komunikasi interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji khusus tahun 2024.

Ini membuktikan bahwa teori penetrasi sosial dalam penelitian ini terbukti. Semakin *Tour leader* mencoba menembus lapisan komunikasi yang lebih dalam dan luas dengan jamaah haji maka semakin mendapatkan respon yang baik pula dari jamaah haji khusus Ujas Tour, berupa penilaian puas dari jamaah. kepuasan yang terjadi berkat terjalannya komunikasi interpersonal yang baik *Tour leader* sehingga dapat memenuhi harapan jamaah.

## KESIMPULAN

Hasil analisis hubungan komunikasi interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah Haji tahun 2024 peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Komunikasi interpersonal *Tour leader* dinyatakan efektif dengan mengukur lima unsur sikap *Openness* (keterbukaan), *Empathy* (Empati), *Supportiveness* (Sikap mendukung), *Positiveness* (Sikap positif), *Equality* (Kesetaraan). secara keseluruhan hasil analisis frekuensi komunikasi interpersonal, dari 42 responden selaku jamaah haji khusus 2024. menunjukkan hasil terbanyak pada kategori sangat baik yakni mencapai 27 responden dengan presentase 64,3% dan nilai rata-rata atau meanya 4,60 yang artinya komunikasi interpersonal *Tour leader* sangat baik. 2. Analisis kepuasan Jamaah Haji Ujas Tour tahun 2024, menunjukkan sebanyak 24 responden dengan presentase 57,1% menjawab sangat baik, dengan nilai rata-rata atau meanya 4,50 yang artinya kepuasan jamaah haji kategori baik. 3. Dari hasil uji analisis *statistic* diperoleh nilai  $p = 0,000 (< 0,05)$ , dan  $df = 4$  dengan demikian nilai  $X_{hitung} 33,097 > X_{tabel} 9,488$ . Hal ini berarti hipotesa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak ada hubungan yang positif antara komunikasi interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji khusus tahun 2024 yang memiliki tingkat hubungan yang kuat, yakni semakin baik komunikasi *Tour leader*, maka semakin besar tingkat kepuasan jamaah haji khusus. dengan nilai *contingency coefficient* sebesar 0,664

yang artinya antara Komunikasi Interpersonal *Tour leader* dengan kepuasan jamaah haji khusus memiliki tingkat hubungan yang kuat.

### **Ucapan Terima Kasih**

Terimakasih kepada Lembaga Pimpinan Ujas Tour yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk banyak belajar hal baru di Ujas Tour yang saat ini bapak pimpin.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Daryanto & Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia Edisi Ke-5*. Pamulang Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group. Kementerian Agama Republik Indonesia. 2024. Pahami Manasik, Haji Tidak Sah Bila Jamaah Tinggalkan Salah Satu Ruku Haji. <https://kemenag.go.id/>.
- Laksana, Muhibudin Wijaya. 2015. *Psikologi Komunikasi Membangun Komunikasi yang Efektif dalam Interaksi Manusia*, Bandung: Pustaka Setia
- Oliver, Riscard L. 1997. *Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer*. Singapore: McGraw-Hill Education.
- Sugiyono. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ujastour. 2023. Profil Ujas Tour, (Online). <https://ujastour.id/cabang/>.
- West, Richard, and Lynn Turner. (2014). *Introducing Communication Theory Fifth Edition*. New York: McGraw-Hill Education.

