



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PEMANDU WISATA TERHADAP KEPUASAN  
PESERTA KEGIATAN PENGENALAN DESTINASI WISATA DISPAREKRAF DKI  
JAKARTA

Oleh  
Ihsan Ramadhan<sup>1</sup>, Rosita Anggraini<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>Program Pascasarjana Stikom Interstudi Jakarta  
Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160  
Email: [1ihsan.jktdki@gmail.com](mailto:ihsan.jktdki@gmail.com), [2rosita.tagor@gmail.com](mailto:rosita.tagor@gmail.com)

**Abstract**

*Tour guide services in the introduction of tourist destinations indirectly affect the satisfaction of activity participants. Therefore it is necessary to study the influence of the quality of guide services on the satisfaction of participants in the introduction of destinations. The purpose of this study was to determine the influence and magnitude of the influence of the quality of tour guide services on participant satisfaction in the introduction of Disparekraf DKI Jakarta tourist destinations. The concept of service quality, satisfaction, and communication is used by the author as a guide in conducting research. The service quality variables consisting of Reliability, Responsiveness, Competence, Access, Communication, Security, Credibility, Direct Evidence and Participant Understanding have an effect on the participant's satisfaction with the introduction of destinations. The paradigm used in this study is positivistic with a quantitative approach. Respondents were participants in the introduction of destinations organized by the DKI Jakarta Province Tourism & Creative Economy Service, totaling 44 respondents using a saturated sampling technique. Collecting data in this writing using a questionnaire technique and literature study then analyzed with Likert scale analysis, validity and reliability test, linear regression analysis, t test analysis, and r test analysis. Based on statistical data analysis, the indicators in this study are valid and the variables are reliable. Based on the research results, it is known that the t table value is obtained where  $N = 44$  and sig. 0.05 of 2.015. From the results of the t test analysis, it is known that the t-count is  $8.257 > 2.015$  (t-table) and sig. of  $0.000 < 0.05$ . From these results it can be said that the Quality of Tour Guide Services has a positive and significant effect on Participant Satisfaction. From the table it is known that the r-square value is 0.619 or  $0.619 \times 100 = 61.9\%$ , meaning that the total influence given by the Quality of Tour Guide Service variable on Participant Satisfaction is 61.9%. While the remaining 38.1% is influenced by other variables outside the variables studied. This means that there is a strong influence between the quality of tour guide services on the satisfaction of participants in the introduction of tourist destinations.*

**Keywords:** Service Quality, Satisfaction, Tour Guide, Destination Recognition

**PENDAHULUAN**

DKI Jakarta sebagai ibu kota negara Republik Indonesia memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Banyak destinasi wisata, mulai dari yang modern hingga yang bersejarah, memiliki keunikannya masing-masing. Selain

itu, Jakarta juga didukung sarana dan prasarana penunjang pariwisata yang ada untuk bersaing dengan kota-kota di negara lain sebagai salah satu tujuan wisata dunia.

Sebagai ibu kota negara, Jakarta terus berkembang dengan bermunculannya destinasi



dan atraksi wisata baru bagi masyarakat maupun wisatawan yang berkunjung ke Jakarta.

Selain itu, beberapa ruang publik yang diciptakan dan dilestarikan telah menjadi fenomena sebagai objek wisata atau ruang komunitas ketiga. Jadi, tidak ada salahnya jika Jakarta disebut sebagai urban tourism destination dimana kegiatan pariwisata berlangsung di dalam kota.

Jakarta sebagai kawasan wisata perkotaan menciptakan efek domino dan menarik orang untuk berwisata. Kota Jakarta tidak lagi dilihat hanya sebagai titik kedatangan, keberangkatan atau transit, tetapi sebagai daya tarik dan tujuan wisata tersendiri.

Selain keindahan dan keglamoran kotanya, Jakarta juga memiliki Kepulauan Seribu yang dibidik oleh pemerintah DKI Jakarta untuk pengembangan strategis wisata bahari di Jakarta. Kepulauan Seribu juga terlibat dalam 13 proyek baru yang dikenal dengan Proyek Strategis Nasional (PSN). Padahal, ribuan pulau menyuguhkan berbagai kekayaan laut yang bisa menjadi destinasi wisata bahari dengan keindahan nusantara kekinian dengan panorama pantai yang menakjubkan. Berbagai pulau dengan kekhasan masing-masing menjadi daya tarik tersendiri, tidak hanya pulau berpenghuni tetapi juga pulau liburan yang eksotik.

Wajah baru Jakarta sebagai destinasi urban tourism dan wisata baharinya akan disosialisasikan dan dikembangkan secara intensif untuk mengomunikasikan potensinya di bidang pariwisata, seni, budaya, dan industri kreatif kepada masyarakat luas dan mancanegara. Salah satu bentuk usahanya adalah dengan menyelenggarakan presentasi tempat wisata Jakarta, yang dapat menjadi salah satu cara untuk mempresentasikan keindahan tempat wisata Jakarta kepada khalayak yang lebih luas dan mempengaruhi minat masyarakat untuk berkunjung.

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta (Disparekraf) dalam hal

ini pada 2023 memfasilitasi wisatawan secara langsung dalam memperkenalkan dan mengomunikasikan destinasi wisata Jakarta yang dikemas sebagai “Kegiatan Pengenalan Destinasi Wisata Jakarta”. Pada pelaksanaannya Disparekraf sangat membutuhkan pemandu sebagai sumber informasi dari setiap narasi destinasi wisata yang dikunjungi secara langsung atau tatap muka. Pemandu wisata memperkenalkan dan mengomunikasikan destinasi wisata melalui komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok.

Saat berkomunikasi, perlu mempertimbangkan dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal ini berkaitan dengan kemampuan pemandu wisata untuk mengomunikasikan tujuan wisata Jakarta, yang akan mempengaruhi penerima pesan. Ini menandakan bahwa diperlukan kredibilitas komunikator, tingkat kepercayaan mempengaruhi siapa yang menyampaikan pesan.

Faktor eksternal, harus dipahami bahwa audiens yang memiliki latar belakang yang berbeda-beda dapat menjadi tantangan dan risiko penghambat bagi pemandu wisata dalam memberikan pesan. Selain itu, kebisingan kota khususnya kondisi lingkungan yang padat akan kendaraan bermotor sehingga banyak distraksi suara ketika seorang pemandu menjelaskan suatu destinasi wisata.

Mengutip Devito, ada tiga hal karakteristik yang paling penting dari kredibilitas komunikator, yaitu: (1) kompetensi mengacu pada pengetahuan dan keahlian materi pelajaran yang dimiliki oleh komunikator; (2) karakter yang mana mengacu pada maksud komunikator dan fokus komunikator pada audiens; dan karisma mengacu pada kepribadian dan dinamisme komunikator.

Pemandu wisata adalah suatu profesi yang bertugas memberikan pelayanan yang harus diberikan oleh instansi dan tempat wisata dalam hal memberikan informasi, bimbingan dan nasehat kepada wisatawan dalam



.....  
melakukan kegiatan wisata. Pemandu wisata adalah orang yang memegang peranan penting dalam kegiatan pariwisata. Oleh karena itu, selain memiliki beberapa pengalaman dan pemahaman terhadap wisatawan, pemandu wisata juga harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, agar wisatawan dapat memahami pesan atau informasi yang disampaikan, yang selanjutnya akan berdampak pada pengalaman wisatawan melalui kepuasan wisatawan saat berkunjung ke suatu destinasi wisata di Jakarta.

Peranan pemandu wisata adalah (1) berperan aktif mendorong, (2) berperan sebagai orang yang ingin bergerak peka terhadap masyarakat dan menerima program-program pemerintah di bidang pariwisata, (3) berperan aktif memberikan solusi kepada pemerintah dalam strategi pengembangan pariwisata, (4) berperan sebagai penyebarluasan inovasi. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, terlihat bahwa pada saat itu pemandu wisata mengirimkan informasi wisata kepada wisatawan, tampil beberapa tahapan, yaitu tahapan komunikasi. Dalam hal ini, komunikasi dilakukan dengan (1) komunikasi satu arah, transmisi informasi bagi wisatawan dari dalam mobil, dibuat ringkas dan informatif. (2) komunikasi dua arah, transmisi dengan mendiskusikan topik yang dibahas, (3) berkomunikasi persuasif, bukan untuk turis asing, tapi untuk masyarakat dalam hal menjaga konservasi tempat wisata.

Cara seorang pemandu wisata berkomunikasi dapat menjadi faktor penentu seberapa puas wisatawan ketika berkunjung ke suatu kawasan wisata. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pengenalan destinasi wisata diperlukan fungsi komunikasi. Kegiatan ini memberikan informasi kepada wisatawan tentang ke mana harus pergi, bagaimana menuju ke sana, apa yang harus dilihat dan apa yang harus dilakukan untuk menikmatinya sepenuhnya. Kegiatan ini juga mencakup penyambutan, pengertian dan kepedulian terhadap wisatawan dalam rangka seluruh

kegiatan melayani wisatawan, sehingga mendorong pengunjung untuk terus datang ke suatu destinasi wisata. Jika wisatawan pernah mengunjungi suatu kawasan objek wisata dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, wisatawan tersebut akan menceritakan kepada orang lain tentang pengalamannya selama mengunjungi kawasan yang sama dan merasakan kepuasan yang sama.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramuwisata Lokal Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan di Daya Tarik Wisata Alas Kedaton Tabanan” peneliti atas nama I Kadek Trita Yudi, Ni Made Oka Karini, dan Luh Gede Leli Kusuma Dewi, Tahun 2015. Hasilnya adalah 76,4% terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan pemandu wisata lokal terhadap variabel kepuasan pelayanan dan 70,6% terhadap loyalitas wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata Alas Kedaton. Selanjutnya penelitian yang berjudul “Pengaruh Kinerja Pramuwisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan”, peneliti atas nama Muhammad Harits Zaenal, dan Mukhammad Khalid Mawardi, Tahun 2017.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model penelitian menyumbang 64,07% hubungan struktural antara kinerja pemandu wisata, kepuasan wisatawan dan loyalitas wisatawan. Hasil ini menunjukkan bahwa kinerja pemandu wisata berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan wisatawan selama berwisata.

Salah satu kendala yang dihadapi pemandu wisata adalah berkomunikasi dengan wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara, yaitu sering kali menghadapi bahasa, aturan, dan nilai yang berbeda. Oleh karena itu, peran komunikasi perlu dimaksimalkan, hal terpenting dalam penerapan komunikasi adalah bagaimana pesan yang disampaikan oleh komunikator memiliki dampak atau pengaruh tertentu bagi



komunikator. Efek yang dihasilkan dapat diklasifikasikan menurut derajatnya, yaitu efek kognitif yang berkaitan dengan pengetahuan faktual yang dialami, efek afektif yang berkaitan dengan emosi, dan efek behavioral yang berkaitan dengan perilaku.

Selama ini Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta telah menerapkan strategi komunikasi khusus di suatu destinasi wisata untuk menarik pengunjung. Perlu dicatat bahwa strategi yang matang yang tidak diterapkan secara efektif akan menjadi sia-sia. Strategi harus berjalan seiring dengan pelaksanaannya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan masalah ini.

Dari pemaparan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dan besarnya pengaruh kualitas pelayanan pemandu wisata terhadap kepuasan peserta kegiatan pengenalan destinasi wisata Disparekraf. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai sarana informasi untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan serta bermanfaat bagi pihak-pihak berkepentingan antara lain bagi peneliti dan bagi instansi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta.

## LANDASAN TEORI

### Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckof (Tjiptono 2012), kualitas pelayanan adalah manfaat yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan. Jika kinerja yang diterima dapat diterima dan kinerja yang diharapkan terpenuhi, maka kinerja tersebut dianggap baik atau positif (Parasuraman, et al., 1994) dalam (Kalebos, 2016)

Parasuraman et al., 1994; (Kalebos, 2016) bahwa untuk dimensi kualitas pelayanan diantaranya: Keandalan, yaitu kemampuan pramuwisata dalam memberikan

pelayanan secara akurat dan terpercaya. Daya tanggap, yaitu kemampuan untuk memahami apa yang dirasakan panca indera. Kompetensi, yaitu keahlian khusus pemandu wisata. Akses, yaitu jalan menuju sukses, atau bisa juga disebut mudah. Komunikasi, yaitu penyampaian pesan dan makna yang jelas dari pemandu wisata kepada wisatawan. Keamanan, yaitu ruang yang bebas dari bahaya, yang pemeliharannya oleh pimpinan bertujuan untuk menanamkan rasa aman. Kredibilitas, yaitu kemampuan pramuwisata dalam menanamkan rasa percaya terhadap pramuwisata di kalangan wisatawan. Bukti langsung, yang mendukung kebenaran atau bukti nyata dari klaim pramuwisata melalui kombinasi fakta yang ada. Memahami pelanggan, yaitu kemampuan pemandu wisata dalam memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

Komunikasi adalah salah satu dimensi kualitas pelayanan yang diaplikasikan oleh pemandu wisata dalam melaksanakan tugasnya. Memberikan penjelasan informasi dan narasi dari setiap titik destinasi yang dikunjungi oleh peserta ini dapat menjadi faktor penting agar terciptanya pemahaman peserta kegiatan pengenalan destinasi wisata. Komunikasi pemandu wisata ini adalah suatu proses usaha penyampaian pesan, proses komunikasi ini paling tidak terdiri dari lima unsur, yaitu pengirim pesan (komunikator), pesan, media, penerima (komunikan), dan efek atau pengaruh

### Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja lebih rendah dari yang diharapkan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas atau senang (Kotler 2006: 177).

Dengan demikian, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan terhadap kinerja dan harapan. Jika kinerja lebih rendah dari yang



diharapkan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut Tjiptono (2012: 301), kepuasan konsumen adalah suatu kondisi yang diungkapkan oleh konsumen ketika mereka merasa bahwa kebutuhan dan keinginan mereka terpenuhi seperti yang diharapkan dan terpenuhi dengan baik.

Menurut Tse dan Wilton (1988) dalam Tjiptono (2012): 311) kepuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan terhadap peringkat yang dirasakan dari perbedaan antara harapan pra-pembelian awal (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja sebenarnya dari produk seperti yang dirasakan setelah menggunakan atau mengkonsumsi produk yang bersangkutan.

Kepuasan pelanggan adalah perbandingan kualitas layanan yang dialami pelanggan, yang diharapkan pelanggan apabila kualitas yang dialami oleh pelanggan lebih rendah yang diharapkan, maka akan terjadi ketidakpuasan. pelanggan sesuai yang diharapkan, pelanggan akan puas, dan apabila kualitas pelayanan lebih apa yang diharapkan, pelanggan akan sangat puas (Andi Riyanto, 2018, p. 118)

Adapun indikator-indikator kepuasan konsumen (Kusumasitta, 2014) meliputi : (1)Kepuasan general atau keseluruhan (2) Konfirmasi harapan yakni tingkat kesesuaian antara kinerja dengan ekspektasi. (3) Perbandingan situasi ideal yaitu kinerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi konsumen. (4) Pembelian Ulang yaitu Konsumen puas dan akan kembali membeli produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan.

## METODE PENELITIAN

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yaitu positivistik. Paradigma positivistik adalah suatu cara pandang dalam ruang lingkup memahami dunia berdasarkan

ilmu pengetahuan atau sains (Hapsari, Laras Auliantika, 2016).

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanatif. Menurut Bungin (2010), penelitian eksplanatif bertujuan untuk menjelaskan secara umum dari sampel kepada populasi atau untuk menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel lainnya. Untuk itu, penelitian ini menggunakan sampel dan hipotesis.

Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei, khususnya metode penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pendataan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi tentang beberapa responden dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam jajak pendapat proses pengumpulan dan analisis data sosial sangat terstruktur dan terperinci sebagai alat utama untuk mengumpulkan informasi dari sejumlah responden dianggap spesifik untuk populasi (Kriyantono, 2006).

Populasi dalam penelitian ini yaitu peserta wisatawan kegiatan pengenalan destinasi wisata Disparekraf DKI Jakarta sebanyak 44 orang yang berasal dari entitas organisasi, lembaga, dan komunitas yang telah berkerja sama dengan Disparekraf dan dinilai dapat memberikan *review* positif di media sosial serta *review* secara langsung langsung. Kriterianya adalah telah selesai melaksanakan kegiatan pengenalan destinasi yang diselenggarakan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta. Teknik sampel pada penelitian ini adalah sampel jenuh, yaitu



teknik sampel yang menetapkan semua anggota populasi digunakan sebagai sampel yaitu sebanyak 44 responden

Variabel dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata (Variabel X) dan Kepuasan Peserta (Variabel Y). Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata memiliki sembilan dimensi yakni kehandalan, daya tanggap, kompetensi, akses, komunikasi, keamanan, kredibilitas, bukti langsung, dan memahami pelanggan. Sedangkan variabel kepuasan peserta memiliki empat dimensi yakni kepuasan secara keseluruhan, konfirmasi harapan, perbandingan situasi ideal dan pembelian ulang. Dari seluruh dimensi tersebut memiliki indikator masing-masing.

Pengumpulan data yang digunakan yaitu penelitian lapangan dengan cara turun langsung ke lapangan dengan cara observasi dan angket (kasih penjelasan terkait kuesioner) serta penelitian kepustakaan dengan cara mengumpulkan data dari buku, *ebook*, dan jurnal. Pengukuran data dengan memakai pedoman kuesioner dan skala yang dipakai adalah skala likert.

Peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap data dengan perhitungan  $r$  tabel. Penelitian dengan menggunakan kuesioner harus melakukan pengukuran variabel dengan adanya validitas dan reliabilitas dari kuesioner. Kemudian data diolah dengan menggunakan program statistik SPSS 12.0. Peneliti akan memperoleh data dengan menyajikan pengaruh antara variabel X (Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata) dengan variabel Y (Kepuasan Peserta).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden pada penelitian ini sebanyak 44 peserta. Mayoritas responden adalah laki-laki (56.8%), dengan usia terbanyak 20-30 tahun (63,6%) dan lebih dari separuhnya berpendidikan S1 sebanyak 61,4%. Berikut ini data selengkapnya dalam tabel-tabel :

**Tabel 1 Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	25	56.8
Perempuan	19	43.2
Total	44	100.0

**Tabel 2 Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase
20-30 Tahun	28	63.6
31 – 40 Tahun	11	25.0
41- 50 Tahun	5	11.4
Total	44	100.0

**Tabel 3 Pendidikan**

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMA/SMK	4	9.1
Vokasi/D3	8	18.2
S1	27	61.4
S2	5	11.4
Total	44	100.0

Kemudian data dari kuesioner akan dijabarkan menggunakan analisis skala likert dengan empat poin penilaian. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji linearitas, dan uji regresi linier, yang kemudian koefisien regresi tdiuji secara parsial menggunakan uji t dan uji r dengan rincian sebagai berikut:

## Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden

**Tabel 4 Uji Frekuensi**

Variabel	Item	STS	TS	S	SS	Mean
Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata (X)	1			28	16	3,36
	2			26	18	3,41
	3		1	30	13	3,27
	4			29	15	3,34
	5			22	22	3,50
	6			17	27	3,61
	7			33	11	3,25
	8			29	15	3,34
	9			26	18	3,41
	10			28	16	3,36
	11		1	27	16	3,34
	12		1	26	17	3,36
	13			24	20	3,45
	14			25	19	3,43
	15			24	20	3,45
	16		1	28	15	3,32
	17		2	26	16	3,32
	Kepuasan Peserta (Y)	1		7	29	8
2				29	15	3,34
3			2	31	11	3,20
4				32	12	3,27



	5		1	30	13	3,27
	6			33	11	3,25
	7	1	2	25	16	3,27
	8			29	15	3,34

Dari hasil uji frekuensi pada jawaban responden diketahui nilai *mean* tertinggi dari variabel x adalah pada pernyataan “Keterampilan komunikasi pemandu wisata memberikan nilai tambah pada peserta” (3,61). Sedangkan nilai *mean* tertinggi dari variabel y adalah pada 2 (dua) pernyataan dengan nilai yang sama (3,34) yaitu “Keseluruhan rangkaian kegiatan pengenalan destinasi telah diikuti peserta dengan perasaan senang” dan “Peserta akan merekomendasikan pemandu wisata yang sama di kegiatan selanjutnya”

### Hasil Uji Validitas

**Tabel 4 Nilai r-tabel**

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	keterangan
Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata (X)	1	0,710**	0,297	Valid
	2	0,822**	0,297	Valid
	3	0,600**	0,297	Valid
	4	0,620**	0,297	Valid
	5	0,646**	0,297	Valid
	6	0,489**	0,297	Valid
	7	0,674**	0,297	Valid
	8	0,681**	0,297	Valid
	9	0,800**	0,297	Valid
	10	0,838**	0,297	Valid
	11	0,594**	0,297	Valid
	12	0,766**	0,297	Valid
	13	0,763**	0,297	Valid
	14	0,722**	0,297	Valid
	15	0,770**	0,297	Valid
	16	0,658**	0,297	Valid
	17	0,745**	0,297	Valid
	18	0,801**	0,297	Valid
Kepuasan Peserta (Y)	1	0,733**	0,297	Valid
	2	0,879**	0,297	Valid
	3	0,839**	0,297	Valid
	4	0,812**	0,297	Valid
	5	0,843**	0,297	Valid
	6	0,835**	0,297	Valid
	7	0,804**	0,297	Valid
	8	0,879**	0,297	Valid

Didapatkan nilai r-tabel dalam penelitian ini dimana  $n = 44$  dan sig. sebesar 0,05 sebesar 0,297. Dari hasil analisis diketahui nilai r-hitung pada tiap item variabel > dari r-tabel maka dapat diartikan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur.

### Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 5 Nilai Cronbach's Alpha**

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata (X)	0,940	0,7	Reliabel
Kepuasan Peserta (Y)	0,929	0,7	Reliabel

Diketahui nilai Cronbach's Alpha pada variabel Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata (X)  $0,940 > 0,7$  dan Kepuasan Peserta (Y) sebesar  $0,929 > 0,7$ . Dari hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa pernyataan yang digunakan bersifat reliabel atau konsisten.

### Hasil Uji Normalitas

**Tabel 6 Uji Normalitas**

Statistik		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.09054669
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.102
	Negative	-.108
Test Statistic		.108
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>

Dari hasil uji normalitas diketahui nilai sig. sebesar  $0,200 > 0,05$ . Maka dapat dikatakan bahwa data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal.

### Hasil Uji Linearitas

**Tabel 7 Uji Linearitas**

Variabel	Linearity (sig.)	Keterangan
Kepuasan Peserta * Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata	0,000	Linear

Dari hasil uji linearitas diketahui nilai sig. linearity sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang linear



antara Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata dengan Kepuasan Peserta

### Hasil Uji Regresi Linear

**Tabel 8 Uji Regresi**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	.399	3.114
Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata	.420	.051

Dari hasil uji regresi didapatkan persamaan sebagai berikut

$$Y = 0,399 + 0,420X + e$$

Dari persamaan tersebut maka dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Diketahui nilai konstan sebesar 0,399 artinya jika variabel Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata nilainya tetap maka Kepuasan Peserta nilainya 0,399.
2. Diketahui nilai koefisien regresi pada variabel Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata sebesar 0,420 artinya jika variabel Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata naik satu satuan atau mengalami peningkatan maka variabel Kepuasan Peserta mengalami peningkatan sebesar 0,420.

### Hasil Uji T

**Tabel 9 Nilai t tabel**

variabel	t-hitung	t-tabel	Sig.	keterangan
Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata	8,257	2,015	0,000	signifikan

Didapatkan nilai t tabel dimana  $N = 44$  dan sig. 0,05 sebesar 2,015. Dari hasil analisis uji t diketahui t-hitung sebesar  $8,257 > 2,015$  (t-tabel) dan sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut maka dapat dikatakan Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Peserta.

### Hasil Uji R Square

**Tabel 10 Nilai R**

Model	R	R Square
1	.787 <sup>a</sup>	.619

Dari tabel diketahui nilai r-square sebesar 0,619 atau  $0,619 \times 100 = 61,9\%$  artinya total pengaruh yang diberikan variabel Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata terhadap Kepuasan Peserta sebesar 61,9%.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pemandu wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan peserta. Dari perhitungan analisis regresi, hasil analisis uji-t dan hasil analisis uji-r, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pemandu wisata berpengaruh sangat kuat terhadap kepuasan peserta dalam memperkenalkan destinasi wisata di Jakarta. Semakin tinggi kualitas pelayanan pemandu wisata maka semakin puas pula wisatawan tersebut dan sebaliknya.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Cangara, Hafied. 2011. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- [2] Effendi, Onong Uchjana. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikas. Bandung: Aditya Bakti, 1993, h. 55.
- [3] Fandy Tjiptono. 2012. Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset
- [4] d. Hapsari, Laras Auliantika, et al. (2016). Penelitian menggunakan Paradigma Positivistik Kuantitatif, (16725251031).
- [5] Joseph A. Devito, Komunikasi Antar Manusia, terj. Agus Maulana (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2011), h. 22.
- [6] Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- [7] Rakhmat, Jalaludin. (2008). Psikologi Komunikasi (Edisi Revisi). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.





- [8] h. Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif & kualitatif. Journal of Experimental Psychology: General.
- [9] Melatisiwi Purwaningsih Ratih. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Candi Prambanan. Jurnal Nasional PARIWISATA, 5(3), 148–153. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jn.p.6688>
- [10]j. Yudi I Kadek Trita, Karini Ni Made Oka, & Dewi Luh Gede Leli Kusuma. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRAMUWISATA LOKAL TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS WISATAWAN DI DAYA TARIK WISATA ALAS KEDATON TABANAN. Jurnal IPTA, 3(1), 25–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/IPTA.2015.v03.i02.p05>
- [11]k. Lubis Ardiansyah. (2019). PERANAN KOMUNIKASI PEMANDU WISATA DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA ISLAMI DI KOTA MEDAN. Al-Idarah : Jurnal Pengkajian Dakwah Dan Manajemen, VII(2), 55–61. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.37064/ai.v7i2.7810>
- [12] Zaenal Muhammad Harits, & Mawardi Mukhammad Khalid. (2017). PENGARUH KINERJA PRAMUWISATA TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN (Survey pada Wisatawan yang Berada di Kawasan Taman Nasional Bromo-Tengger- Semeru (TNBTS)). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 50(6), 68–73. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/3272/>
- [13] Kalebos, F. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan. JURNAL RISET BISNIS DAN MANAJEMEN, 4(3), 489–502.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN