



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PENGARUH KOMUNIKASI VERBAL DAN
NONVERBAL *TOUR LEADER* TERHADAP
KEPUASAN JAMAAH UMRAH DI ANNAMIROH
TRAVELINDO SURABAYA.**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh:

Nanda Putri Maulidah

(B94219090)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nanda Putri Maulidah

Nim : B94219090

Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *Pengaruh Komunikasi Verbal dan Komunikasi Nonverba Tour Leader Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka.

Surabaya, 31 Desember 2022

Nanda Putri Maulidah



B94219090

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Nanda Putri Maulidah

Nim : B94219090

Program Studi : Manajemen Dakwah

Judul Skripsi : "Pengaruh Komunikasi Verbal dan
Komunikasi Nonverbal Tour
Leader Terhadap Kepuasan Jamaah
Umrah di Annamiroh Travelindo"

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 31 Desember 2022

Dosen Pembimbing


Airlangga Bramayudha, M.M

NIP. 197912142011011005

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

PENGARUH KOMUNIKASI VERBAL DAN KOMUNIKASI
NONVERBAL TOUR LEADER TERHADAP KEPUASAN
JAMAAH UMRAH DIANNAMIROH TRAVELINDO
SURABAYA
SKRIPSI

Disusun Oleh :
Nanda Putri Maulidah
B94219090

Telah ditujikan pada tanggal 6 Januari 2023 dan dinyatakan lulus
dalam ujian sidang skripsi untuk selanjutnya menerima gelar Sarjana
Strata Satu.

Tim penguji :

Penguji I

Airlangga Bramayudha, MM
NIP. 19791214201101005

Penguji III

Ahmad Khairul Hakim, M.Si
NIP.1975123020032001

Penguji II

Dra. Inas Maesaroh, Dip. IM-1 (b), M.Ed., Ph.D
NIP. 19665141992032001

Penguji IV

Dr. Achmad Martufi Haris, Lc., M.Pd.I
NIP.19700304200711056



6 Januari 2023

Wah. Cholid, S.Ag., M.Pd.I
NIP. 19631107198031001

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XI
ABSTRAK.....	XII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	8
C. Manfaat Penelitian.....	8
D. Definisi Konseptual Operasional.....	9
E. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II.....	13
KAJIAN TEORITIS.....	13
A. Penelitian Terdahulu.....	13
B. Kerangka Teoritik.....	17
C. Paradigma Penelitian.....	28
D. Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN.....	30
A. Pendekatan dan Metode penelitian.....	30
B. Objek Penelitian.....	30
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampel.....	31
D. Indikator dan variabel.....	31

E. Tahap Tahap Penelitian	35
F. Teknik Pengumpulan data.....	36
BAB IV.....	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Visi dan Misi Annamiroh Travelindo Surabaya	49
C. Struktur Organisasi.....	50
D. Penyajian Data	50
E. Pengujian Hipotesis.....	73
F. Pembahasan Hasil Penelitian	76
BAB V.....	84
PENUTUPAN	84
A. Kesimpulan	84
B.Saran.....	87
C.KETERBATASAN PENELITI.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89



 UPEL
 SURABAYA

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Product Moment.....	39
Tabel 3. 2 Hasil uji validitaskomunikasi verbal (X1)	39
Tabel 3. 3 hasil uji validitas komunikasi nonverbal (X2)	39
Tabel 3. 4 Hasil Validitas Kepuasan	40
Tabel 3. 5 Reliability Statistics Komunikasi	42
Tabel 3. 6 Reliability Statistic Komunikasi Nonverbal (X2)	42
Tabel 3. 7 Reliability Statistic Kepuasan (Y)	43
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 2 Jenis Usia Jamaah Umrah.....	51
Tabel 4. 3 Saya merasa nyaman berkomunikasi dengan Tour Leader saat berkonsultasi (X1.1).....	52
Tabel 4. 4 Tour Leader atau pembimbing manasik umrah asik Ketika diajak berbicara (X1.2).....	52
Tabel 4. 5 Tour Leader saat pelaksanaan manasik umrah menjelaskan dengan ramah dan suara lantang (X1.3). ..	53
Tabel 4. 6 Tour Leader menjelaskan dengan intonasi suara yang jelas (X1.4).....	54
Tabel 4. 7 Bahasa yang disampaikan oleh Tour Leader mudah dipahami (X1.5).....	55
Tabel 4. 8 Saya merasa puas atas informasi pelaksanaan umrah yang disampaikan Tour Leader atau pembimbing manasik umrah (X1.6)	55
Tabel 4. 9 Tour leader saat menjelaskan menghadap jamaah tidak memalingkan wajahnya (X2.1.)	56

Tabel 4. 10 Saya suka Tour Leader saat menjelaskan selalu fokus menghadap jamaah (X2.2)	57
Tabel 4. 11 Tour Leader menumbuhkan rasa antusias untuk melaksanakan ataupun praktek tentang pelaksanaan umrah (X2.3)	58
Tabel 4. 12 Tour Leader atau pembimbing menjelaskan teori manasik umrah dengan wajah ramah dan tersenyum (X2.4)	58
Tabel 4. 13 Saya lebih paham dengan bantuan Gerakan tubuh dari Tour Leader saat praktek pelaksanaan umrah (X2.5)	59
Tabel 4. 14 Tour Leader membantu saya memahami pelaksanaan ibadah umrah dengan praktek dilapangan dan Gerakan tubuh yang mudah diikuti (X2.6)	60
Tabel 4. 15 Tour leader menjaga hubungan yang baik dengan jamaah. (Y.1)	61
Tabel 4. 16 Tour leader memberikan pelayanan dengan komunikasi yang baik (Y.2).....	61
Tabel 4. 17 Saya senang Tour Leader selalu menyeimbangkan setiap pembicaraan (Y.3)	62
Tabel 4. 18 Saya suka Annamiroh Travelindo memberikan jaminan terhadap jamaah (Y.4)	63
Tabel 4. 19 Saya ingin berkunjung kembali ke Annamiroh untuk melakukan ibadah umrah (Y.5).....	64
Tabel 4. 20 Saya senang terhadap Tour Leader saat menyampaikan informasi sehingga membuat ingin berkunjung kembali (Y.6).....	64

Tabel 4. 21 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	66
Tabel 4. 23 Hasil uji heteroskedatitas gletjer.....	68
Tabel 4. 24 Descriptive Statistics	69
Tabel 4. 25 hasil uji heteroskedatitas gletjer	69
Tabel 4. 26 Maka nilai korelasi product moment	70
Tabel 4. 27 Variables Entered/Removed	71
Tabel 4. 28 Model Summary.....	71
Tabel 4. 29 Anova.....	72
Tabel 4. 30 Coefficients	73

U
S U R A B A Y A A P E L

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hasil uji heteroskedatitas.....	67
Gambar 4. 2 hubungan person correlations.....	70

ABSTRAK

Nanda Putri Maulidah, 2022. *Pengaruh Komunikasi Verbal dan Komunikasi Nonverbal Tour Leader Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya.*

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal seorang tour leader berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah yang mayoritas berusia 40 keatas di Annamiroh Travelindo Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan hipotesis asosiatif. teknik analisis data uji asumsi klasik uji dan regresi linier berganda dengan jumlah responden 70 orang.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa komunikasi verbal memiliki pengaruh tinggi terhadap kepuasan, dengan nilai sebesar 0,637. Sedangkan komunikasi nonverbal tidak berpengaruh terhadap kepuasan dengan hasil 0,069 dan nilai sig 0,573 > 0,05. terdapat pengaruh terhadap komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal tour leader terhadap kepuasan jamaah umrah. Nilai p value sebesar 0,00.

Kata kunci : komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, kepuasan.

U
S U R A B A Y A
APEL

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap umat muslim ingin melaksanakan Ibadah Haji ke Baitullah dengan menjalankan perintah-perintah Allah. Haji sendiri merupakan rukun islam kelima yang wajib dilaksanakan bagi umat muslim yang mampu dalam segi finansial mamupun material. Tidak hanya itu apabila seorang belum mampu melaksanakan ibadah haji maka diperbolehkan untuk melaksanakan ibadah umrah. Umrah sendiri adalah berpergian ke Baitullah yang berasal dari kata I'timar yang bermakna Ziarah. Ziarah ke Ka'bah, berthawaf, mengelilingi ka'bah, Sa'I dari Shofa ke Marwa. Ibadah umrah bisa dikerjakan pada bulan apa saja, dan bisa dikerjakan berkali-kali berbeda dengan ibadah haji, ibadah haji dilaksankana hanya pada bulan syawal hingga dzulhijja dengan hukum-hukum tertentu.¹

Pelaksanaan ibadah umrah dilaksanakan di kota Makkah, sehingga membutuhkan informasi terkait tempat tersebut. Tidak hanya itu mayoritas jamaah umrah berusia 40 keatas sehingga membutuhkan pembimbing selama proses umrah. Maka dari itu dalam pelaksanaan ibadah umrah membutuhkan *tour leader* yang akan mendampingi selama proses pelaksanaan ibadah umrah. *Tour leader* yang mendampingi para jamaah biasanya berasal dari tim Travel maupun KBIH. *Tour leader* merupakan salah satu fasilitas ataupun pelayanan yang diberikan untuk kepuasan para jamaah umrah. Seorang *Tour Leader* harus paham akan tugas dan tanggung jawabnya, sehingga dapat melaksanakan dan memberikan pelayanan yang *excellent* demi kepuasan konsumen. *Tour Leader* sebagai pemimpin perjalanan dan

¹ istianah, "Proses Haji Dan Maknanya," September 22, 2022.

sebagai penanggung jawab, manajer dan pengambil keputusan.² Namun harus diketahui tugas utama dalam *tour leader* adalah menyampaikan informasi terhadap jamaah sehingga poin penting yang harus dimiliki seorang *tour leader* adalah komunikasi. Adapun pengertian *Tour Leader* atau disebut juga *Tour Escort* menurut Siradjuddin (1994:4) adalah salah satu dari sekian banyak komponen yang merupakan bagian langsung dari struktur suatu Biro Travel Haji dan Umroh. Kata Latin "*communicare*," yang berarti "menyampaikan," adalah asal istilah bahasa Inggris "komunikasi", makna dari satu entitas atau kelompok ke entitas lain melalui tanda, simbol, dan prinsip semiotik yang saling dipahami adalah apa yang dimaksud. dengan kata "komunikasi". John A. Stoner James AF Stoner mendefinisikan komunikasi sebagai tindakan mencoba menjelaskan sesuatu kepada orang lain melalui media ucapan. Komunikasi juga berpengaruh terhadap pelayanan yang bisa menjadikan poin kepuasan dari jamaah.

Sehingga tidak jarang banyak dari kalangan travel yang bersaing untuk meningkatkan kualitas komunikasi baik komunikasi secara verbal maupun nonverbal guna memberikan kepuasan terhadap jamaah. Mulai dengan memberikan Bahasa yang halus, memberikan informasi baik secara langsung maupun melalui media sosial. Padahal poin penting dalam kepuasan yaitu komunikasi. Komunikasi yang baik akan memiliki kualitas yang baik, kualitas merupakan suatu kondisi yang berhubungan dengan produk, proses, manusia dan lingkungan Pelayanan yang ditujukan kepada para jamaah oleh sumber daya manusia dan sarana prasarana yang dimiliki.

² Sunu Saputro, "Peranan Tour Leader pada Biro Perjalanan Wisata CV. Bimo Krisno Tour & Travel" (January 21, 2014), 4.

komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sesuai hasil penelitian dari Vella Fatnilla 1, Muhammad Sufyan Abdurrahman pada bulan april tahun 2019 dimana yang melakukan penelitian bahwa semakin baik komunikasi yang dimiliki seorang tour leader dalam membimbing manasik, maka semakin besar juga kepuasan pelanggan oleh konsumen.³ Untuk mencapai pelayanan yang baik maka membutuhkan juga dukungan seperti pelayanan komunikasi, pendukung produk dan menyediakan sesuatu yang dibutuhkan oleh para jamaah. oleh karena itu sebagai tour leader harus mampu memiliki skill komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal dikarenakan poin tersebut mampu memberikan kepuasan terhadap jamaah. faktor lain yang membutuhkan komunikasi verbal dan nonverbal yaitu dimana mayoritas jamaah umrah berusia kisaran 40 tahun keatas, memang ada beberapa jamaah yang berusia mudah namun tidak banyak, sehingga waktu penyampaian informasi hanya menggunakan komunikasi verbal saja membuat beberapa jamaah akan merasa sulit untuk memahami dikarenakan perbedaan usia. Ada beberapa jamaah yang merasa mudah memahami informasi dengan cara langsung mempraktekan informasi yang disampaikan yaitu dengan komunikasi nonverbal.

Kepuasan pelanggan itu sangat bervariasi sehingga banyak para ahli yang mendefinisikan terkait kepuasan konsumen. Diantaranya menurut Kasmir 2016; kepuasan pelanggan adalah dilihat dari tingkat kepuasan konsumen setelah membandingkan sesuatu yang diharapkan dengan yang

³Vella Fatnilla and Muhammad Sufyan Abdurrahman, "Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Go-jek (studi Kuantitatif Pada Mahasiswa/i Institut Teknologi Bandung)," *eProceedings of Management* 6, no. 1 ,April 1, 2019, 1671 .

diterima, apakah sesuai ekspektasi ataupun tidak sesuai yang diharapkan. Jika seorang pelanggan merasa puas maka kemungkinan akan menjadi pelanggan lama atau loyal.⁴ Komunikasi terdapat dua aspek, ada komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal dimana dua komunikasi tersebut sama-sama penting dalam kepuasan jamaah. komunikasi verbal menurut Paulette J Thomas penerimaan dan penyampaian pesan dengan menggunakan bahasa lisan maupun tulisan dengan penggunaan Bahasa yang baik dan sopan, komunikasi verbal dalam dunia bisnis di bidang jasa yaitu seperti memberikan informasi terkait pendaftaran, mengajak berdoa bersama, memberikan bimbingan manasik umrah, membantu administrasi pendaftaran umrah. Sedangkan komunikasi Nonverbal merupakan komunikasi yang diberikan berupa gerakan tubuh, isyarat maupun perhatian emosional.⁵ Seperti mengajak praktek manasik umrah, berkomunikasi dengan nada ramah, memberikan informasi perlengkapan yang didapatkan.

Dalam dua aspek komunikasi baik secara verbal maupun nonverbal sangatlah penting terhadap kepuasan para jamaah, begitu juga apabila sebuah travel hanya melakukan komunikasi verbal saja tanpa adanya komunikasi non-verbal maka komunikasi tersebut kurang efektif. Dimana travel hanya memberikan komunikasi berupa informasi-informasi saja terkait pemberangkatan umrah, proses pelaksanaan umrah,

S U R A B A Y A

⁴ Vina Islami, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus: Klinik Palapa Dentis JAKarta Selatan)," *Jurnal Perspektif* 16, no. 2 (2018): 115.

⁵ Wini Mulyani, "Implementasi komunikasi verbal dan non verbal dalam proses menghafal juz amma pada pendidikan anak usia dini di bait Qur'any Ciputat," 2011, jurusan komunikasi dan penyiaran islam fakultas dakwah dan komunikasi universitas syarif Hidayatullah (March 1, 2012).

larangan-larangan apa saja, dan bagaimana melaksanakan umrah dengan baik. Tanpa adanya komunikasi non-verbal yang memberikan informasi dengan bantuan Gerakan tubuh. Sehingga dibutuhkan komunikasi non-verbal untuk mempermudah *tour leader* memberikan informasi terkait awal mendaftar umrah sampai proses pelaksanaan ibadah umrah. Bantuan Gerakan tubuh gunanya untuk mempermudah penyampaian informasi kepada para jamaah. Seperti halnya sebuah studi yang dilakukan oleh Albert Mahrabian (1971) dalam buku komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal strategi dalam menghindari konflik bahwasanya komunikasi verbal yang meningkatkan kepercayaan seorang hanyalah 35% dan sisanya 65% adalah komunikasi nonverbal. Hal tersebut dikarenakan bahwa seorang akan lebih cenderung percaya dengan ucapan yang diiringi dengan komunikasi nonverbal. Hal ini bisa dipahami dikarenakan komunikasi verbal memiliki keterbatasan Bahasa secara umum dibandingkan komunikasi nonverbal.⁶

Sehingga dalam sebuah Travel maupun KBIH komunikasi verbal dan nonverbal *tour leader* sangat penting, dan butuh di perhatikan. Seperti halnya yang dilakukan oleh PT Annamiroh Travelindo Surabaya. Dimana yang sangat memperhatikan komunikasi verbal maupun nonverbal. untuk kepuasan jamaah. dalam pelaksanaan pengembangan Travel Annamiroh Surabaya menyediakan konsultasi harga, informasi pemberangkatan, Administrasi, membuat dokumen yang dibutuhkan untuk perlengkapan daftar umrah. Keuntungan yang bisa di dapatkan oleh Annamiroh Travelindo dengan

⁶ Nurafiah Cut Alma, Luthfi Muhammad, and Iwanda Muya Syaroh, "Komunikasi Verbal Dan Nonverbal" (Enam Media, 2019).

memperhatikan kepuasan jamaah yaitu meningkatnya jumlah jamaah setiap bulanya dan memberikan kepercayaan bahwasanya PT Annamiroh Travelindo Surabaya benar-benar memberikan kualitas yang baik dan fasilitas yang lengkap. Tidak hanya itu Annamiroh Travelindo mendapatkan nilai positif dalam sudut pandang para jamaah umrah. Atas alasan tersebut, penelitian memilih Travel Annamiroh Travelindo Surabaya sebagai objek penelitian ini.

Penelitian berharap bahwa penelitian ini akan memberikan dampak dalam mengembangkan kehidupan sosial dan pengembangan negara. Penelitian ini berfokus kepada pengaruh komunikasi verbal dan nonverbal tour leader terhadap kepuasan jamaah yang ada di Annamiroh Surabaya. Komunikasi yang tidak hanya memberikan informasi secara bertatap muka atau memberikan komunikasi via media sosial saja melainkan memberikan komunikasi secara keseluruhan mulai dari komunikasi, perhatian, Gerakan tubuh dan emosional. Komunikasi yang diberikan kepada seluruh jamaah tanpa membedakan suku budaya, daerah maupun warna kulit. Tidak hanya itu Annamiroh terlebih lagi tour leader memberikan komunikasi dengan menyesuaikan jamaah, dimana yang banyaknya karakteristik jamaah sehingga harus mampu menyesuaikan gaya komunikasinya.

Penelitian juga berharap hasil dari penelitian ini akan memberikan manfaat pada pengembangan keilmuan yang serupa. Komunikasi verbal dan nonverbal merupakan siklus yang dibutuhkan dalam dunia lembaga, instansi dan organisasi. Komunikasi verbal dan nonverbal merupakan komunikasi yang sangat dibutuhkan dalam pemasaran, hal ini bisa dikatakan dikarenakan memang perkembangan teknologi yang pesat namun banyak juga kalangan jamaah umrah yang mulai tertarik dengan metode pemasaran *word of mouth*, setiap bulanya

Annamiroh Travelindo Surabaya memiliki kenaikan jumlah jamaah umrah. komunikasi verbal dan nonverbal berupa komunikasi juga dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari berkomunikasi kepada keluarga maupun ke masyarakat. Komunikasi juga bisa diimplementasikan kepada bisnis bisnis lainnya seperti menerima pelanggan di restoran, menyambut pembeli di toko maupun menyambut konsumen yang ingin menggunakan jasa dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu, penelitian berharap bahwa hasil yang penelitian ini bisa memberikan manfaat terhadap sosial dan menambahkan referensi terhadap sudut pandang keilmuan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi verbal dan nonverbal sangat penting dalam perkembangan perusahaan, komunikasi verbal dan nonverbal sendiri tidak hanya digunakan dalam perusahaan jasa seperti Travel, KBIH, Biro Haji dan umrah saja melainkan bisa digunakan dalam dunia organisasi, Lembaga, instansi dan juga di kehidupan sehari-hari. Hubungan yang harmonis juga bermula dari komunikasi yang baik dan mampu menyesuaikan gaya komunikasi dari lawan bicara. Maka penelitian bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KOMUNIKASI VERBAL DAN NONVERBAL TOUR LEADER TERHADAP KEPUASAN JAMAAH UMRAH DI ANNAMIROH TRAVELINDO SURABAYA”**

A. Rumusan Masalah

1. Apakah komunikasi verbal dan nonverbal berpengaruh terhadap kepuasan jamaah di Annamiroh Travelindo Surabaya ?
2. Variabel manakah yang berpengaruh paling rendah terhadap kepuasan para jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya ?

3. Variabel manakah yang berpengaruh paling tinggi terhadap kepuasan para jamaah Umrah di Annamiroh Surabaya ?
4. Analisis regresi antara komunikasi verbal dan nonverbal dapat memprediksi kepuasan jamaah di Annamiroh Travelindi Surabaya.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal Tour Leader yang mampu memberikan kepuasan terhadap para jamaah umrah, yang meliputi.

1. Untuk mengetahui bahwa komunikasi verbal dan nonverbal berpengaruh terhadap kepuasan jamaah di Annamiroh Surabaya ?
2. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling rendah terhadap kepuasa para jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya ?
3. Untuk memahami manakah yang berpengaruh paling tinggi terhadap kepuasan para jamaah umrah di Annamiroh Surabaya ?
4. Untuk melihat analisis regresi atas komunikasi verbal dan nonverbal dapat memprediksi kepuasan jamaah di Annamiroh Travelindo Surabaya ?

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian berharap dapat memberikan kontribusi dalam penelitian-penelitian yang terkait dengan komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal atau penelitian yang serupa.
- b. Penelitian ini juga berharap mampu memberikan tambahan pemahaman dan memberikan kontribusi dalam pengembangan keilmuan Manajemen

Dakwah, khususnya kepada konsentrasi Manajemen Haji dan Umrah.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian berharap dapat memberikan sudut pandang secara jelas bahwasanya komunikasi verbal dan non-verbal memiliki pengaruh penting terhadap kepuasan jamaah yang ada di An-Namirah Surabaya, serta diharapkan memberikan bantuan terhadap An-Namirah untuk menyadari aspek ini dan tetap memperkuat kualitas pelayanan.
- b. Penelitian juga berharap bisa membantu atau memberikan saranan kepada para Travel, Lembaga, organisasi dan instansi yang menyediakan jasa untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan nilai positif.
- c. Penelitian juga berharap dapat menjadi pedoman bagi seluruh praktik Manajemen Dakwah, bahwasanya komunikasi verbal dan nonverbal tidak hanya berguna di dunia Travel, KBIH atau perusahaan yang menyediakan jasa saja melainkan digunakan juga dalam kehidupan sehari-hari.

D. Definisi Konseptual Operasional

1. Definisi Operasional

a. Definisi Komunikasi Verbal

Pendapat Paulette J. Thomas komunikasi verbal adalah penyampaian dan penerimaan pesan dengan menggunakan Bahasa lisan atau tulisan.⁷ Dengan

⁷ Muhammad Bisri Mustafa, Siti Wuryan, and Feni Meilani, "Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Pustakawan Dan Pemustakawan Dalam Persepektif Komunikasi Islam," *At-tanzir: jurnal ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran islam* vol 12, no. no 1, 22-36, June 29, 2021, 30.

menggunakan lambang verbal yang bisa menjelaskan pesan-pesan tersebut bahwa pelayanan merupakan proses yang dibuat secara keseluruhan untuk membentuk citra perusahaan baik melalui media, budaya perusahaan. Komunikasi verbal yaitu komunikasi yang dilakukan secara langsung seperti menurut Muhammad (95) komunikasi yang baik yang disampaikan secara lisan maupun tulis, seperti memberikan konsultasi terkait ibadah umroh, bimbingan terkait proses umrah, memberikan informasi ibadah umrah, memberikan pesan setiap ada pembaruan informasi terkait dokumen yang dibutuhkan.

b. Definisi Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah pesan yang disampaikan tanpa kata atau Bahasa, dimana yang sering disebut Bahasa diam. Komunikasi yang digunakan dengan melalui wajah, ekspresi, Gerakan dalam tubuh dan sebagainya.⁸Diman yang mayoritas masyarakat menggunakan komunikasi non-verbal untuk lebih memperjelas pesan yang telah disampaikan.

c. Definisi Kepuasan

Kepuasan merupakan suatu hak yang sesuai dengan yang diharapkan, dimana ekspektasi bisa didapatkan secara nyata. Adapun beberapa ahli yang mendefinisikan terkait pengertian kepuasan konsumen atau jamaah. Menurut Kotler dan Keller adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan dan hasil yang diperoleh dari suatu produk dan jasa, sedangkan menurut Oliver kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang

⁸ Engelbertus Ola Duli, "Komunikasi Nonverbal Anak Autis Di Sekolah Luar Biasa (Slb) Pembina Provinsi Kalimantan Timur Di Kota Samarinda," *eJurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2, 2015, 311.

setelah membandingkan hasil atau kinerja yang dirasakan dengan harapan.⁹

E. Sistematika Pembahasan

Dalam proses penyusunan sistematika pembahasan penelitian Menyusun lima bab, yaitu;

Bab pertama adalah pendahuluan, pada bab pendahuluan terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan sistematika penulisan.

Bab kedua adalah kerangka teori, bab kerangka teori merupakan penjelasan dari teori yang menjadi dasar untuk mengolah dan menganalisis data yang dihasilkan dalam proses penelitian. Bab kerangka teoritis terdiri dari studi sebelumnya terkait, kerangka teoritis, paradigma penelitian, dan hipotesis.

Bab ketiga adalah metode penelitian, bab metode penelitian membahas terkait metode apa yang digunakan untuk mengolah data dan menganalisis data. Dengan menyangkut pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi, sampel dan Teknik sampling, variabel dan indikator penelitian, tahap-tahap penelitian, Teknik pengumpulan data, teknik validitas instrumen penelitian dan Teknik analisis data.

Bab keempat adalah bab penelitian. Bab empat menggambarkan keadaan umum lokasi penelitian yaitu kantor PT Annamiroh Travelindo Surabaya dan hasil penelitian disesuaikan dengan lapangan. Bab empat

⁹ Aan Rahman, "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Yudha Swalayan Jakarta," *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer)* 4, no. 2, 2019, 280.

menjelaskan tentang penyajian data, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

Bab kelima adalah bab penutup. Bab lima berisi halaman sampul yang menjelaskan kesimpulan, rekomendasi, saran, dan keterbatasan penelitian.



BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penelitian mengambil referensi berupa jurnal, Skripsi, dan dokumen hasil penelitian dari penelitian-penelitian terdahulu. Tujuan pengambilan rujukan tersebut adalah untuk menunjukkan bahwa penelitian ini mengandung unsur actual. Berikut adalah referensi-referensi yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini.

1. Penelitian sebelumnya berjudul “hubungan komunikasi verbal dan non-verbal terhadap kepuasan pasien rawat jalan BPJS di puskesmas kabupaten Bengkalis”¹⁰ Penelitian ini dilakukan oleh Nur Qamarina dkk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bahwa hubungan komunikasi verbal dan non-verbal mampu meningkatkan kepuasan para pasien rawat jalan yang menggunakan BPJS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan komunikasi verbal dan nonverbal dengan kepuasan pasien dengan p value < 0,005.

Dengan beberapa perbedaan yaitu; objek penelitian yang dilakukan di puskesmas kabupaten bengkalis. Sedangkan penelitian ini objek penelitian yang dilakukan di Annamiroh Travelindo Surabaya. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu fokus penelitian yang membuktikan bahwa komunikasi verbal

¹⁰ Nur Qamarina, Tri Purnama Sari, and Indra Bayu Kusuma, “Hubungan Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Terhadap Kepuasan Pasien BPJS Pada Pelayanan Tempat Pendaftaran Pasien Rawat Jalan (TPPRJ) Di Unit Pelayanan Teknis (UPT) Puskesmas Pambang Kabupaten Bengkalis Tahun 2021,” *Jurnal Rekam Medis (Medical Record Journal)* 1, no. 2, 2021, 218.

dan nonverbal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan menggunakan pendekatan penelitian Kuantitatif.

2. Penelitian sebelumnya berjudul “ Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pengguna jasa pengiriman barang kantor pos Semarang)”¹¹ yang dilakukan oleh Yuni Rosa Indah dan Sri Suryoko dengan objek penelitian kantor pos Semarang. Tujuannya adalah untuk menganalisis bahwa kualitas pelayanan memiliki tingkat pengaruh dalam kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa kantor pos Semarang. Hasil penelitian sebelumnya bahwasanya seluruh variabel empati, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan bukti fisik memiliki pengaruh positif yang berbeda-beda terhadap kualitas pelayanan dan secara bersamaan keseluruhan variabel sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Adapun beberapa aspek perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang diantaranya; pertama yaitu objek penelitian. Penelitian sebelumnya dilakukan dibidang jasa kantor pos Semarang. sedangkan penelitian ini dilakukan di An-Namiroh Travelindo dengan menyediakan bidang jasa Haji dan Umrah di Kota Surabaya. Kedua penelitian sebelumnya menggunakan 5 variabel bebas. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel bebas dua yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal. Ketiga dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah, penelitian

¹¹ Yuni Rosa Indah and Sri Suryoko, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Pengiriman Barang Kantor Pos Semarang),” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 6, no. 3 , 2017, 530.

sebelumnya menggunakan pendekatan kualitatif dan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu persamaan fokus penelitian yaitu melihat kepuasan pelanggan.

3. Penelitian sebelumnya berjudul “Intisari hubungan komunikasi verbal dan non verbal perawat dengan tingkat kepuasan pasien di instalasi rawat inap RSUD Kabupaten Sragen”¹² Penelitian yang dilakukan oleh Dody Purwanto, Titik Anggraeni dan Sri Sayekti Heni S. Objek penelitian sebelumnya ada di RSUD Kabupaten Sragen dengan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara komunikasi verbal dengan komunikasi non verbal terhadap tingkat kepuasan pasien di instalasi rawat inap RSUD Kabupaten Sragen yang diberikan oleh perawat. Dengan hasil penelitian yang membuktikan bahwa hubungan komunikasi verbal dan komunikasi non verbal memiliki hubungan yang membuktikan terkait kepuasan pasien.

Adapun persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini diantaranya fokus penelitian yang sama-sama terkait hubungan atau pengaruh komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal terhadap kepuasan pelanggan, dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan perbedaan aspek pertamanan objek penelitian. Penelitian sebelumnya dilakukan di RSUD Semarang. Sedangkan

¹² Dody Purwanto and Titik Anggraeni, “Intisari Hubungan Komunikasi Verbal Dan Nonverbal Perawat Dengan Tingkat Kepuasan Pasien Di Instalasi Rawat Inap RSUD Kabupaten Sragen,” *Jurnal Ilmu Keperawatan Indonesia (JIKI)* 7, no. 2 (2014).

penelitian sekarang dengan objek penelitian di bidang jasa di An-Namiroh Travelindo Surabaya.

4. Penelitian sebelumnya berjudul “pengaruh komunikasi verbal dan non-verbal terhadap kepuasan pelanggan”¹³ Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Iin Kristiani Tujuan dari penelitian sebelumnya menunjukkan pengaruh komunikasi verbal dan non-verbal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Terlebih lagi untuk para pelanggan yang baru mengunjungi.

Adapun perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu; objek penelitian, penelitian sebelumnya dilakukan untuk seluruh organisasi. Sedangkan penelitian ini dilakukan di Annamirah Travelindo Surabaya. Dengan persamaan fokus penelitian dimana yang sama-sama membuktikan bahwa pengaruh komunikasi verbal dan non-verbal mampu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5. Penelitian sebelumnya dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus : Klinik gigi palapa dentists Jakarta selatan)”¹⁴ Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Vina Islam dengan tujuan membuktikan bahwa teori terkait kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan hasil yang diperoleh bahwa pengaruh kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan pelanggan dengan hasil uji koefisien sebesar 0,84, dan

¹³ Iin Kristiyani, “Pengaruh Komunikasi Non Verbal Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi* 12, no. 1 (2012).

¹⁴ Vina Islami, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus: Klinik Palapa Dentis Jakarta Selatan),” *Jurnal Perspektif* 16, no. 2 (2018), 117.

kualitas pelayanan memiliki pengaruh lebih besar dengan hasil 69,6% dan 30,4% berpengaruh terhadap faktor lain.

Adapun aspek-aspek yang membedakan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini, aspek pertama yaitu objek penelitian. Penelitian sebelumnya dilakukan di klinik palapa Jakarta selatan, sedangkan penelitian ini dengan objek penelitian Annamiroh Travelindo Surabaya. Aspek kedua yaitu fokus penelitian dimana penelitian sebelumnya dengan fokus kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dengan fokus penelitian komunikasi verbal dan pelayanan nonverbal. Adapun persamaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu, penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif, dan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Aspek kedua fokus hasil penelitian dengan membuktikan bahwa pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

B. Kerangka Teoritik

1. Pengertian Komunikasi

Setiap manusia pasti berkomunikasi, komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, dan pesan-pesan secara verbal maupun non verbal dari seseorang ke orang lain atau kelompok. Komunikasi adalah hubungan kontak antara manusia, baik individu maupun kelompok, tanpa disadari bahwa komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia. Beberapa ahli, termasuk Harold D. Lasswell, percaya bahwa cara terbaik untuk menjelaskan suatu tindakan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan "siapa itu?" siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, pengertian apa itu? seperti halnya waktu bimbingan manasik umrah dimana tour leader akan

memberikan waktu untuk para jamaah bertanya terkait manasik umrah yang masih belum difahami (Cangara). Dalam Mulyana (2000), Donald Byker dan Loren J. Anderson mendefinisikan komunikasi sebagai "pertukaran informasi antara dua orang atau lebih."¹⁵

a . Komunikasi Verbal (X1)

1. Pengertian komunikasi verbal

Berkomunikasi adalah upaya untuk menyampaikan informasi dari satu orang ke orang lain. Ada banyak bagian dalam proses komunikasi, termasuk komunikator (yang menyampaikan pesan), komunikan (yang menerima pesan), saluran (melalui pesan yang disampaikan), pesan itu sendiri, dan respon penerima pesan. Pada 1960-an, David K. Berlo mengembangkan formula komunikasi yang disebutnya "SMCR", yang merupakan singkatan dari "Source", "Message", "Channel", dan "Receiver" (penerima). Kata-kata, baik diucapkan atau ditulis, adalah apa yang kita sebut komunikasi verbal. Manusia sangat bergantung pada komunikasi verbal untuk mengkomunikasikan pikiran dan perasaan mereka satu sama lain, mendiskusikan dan memperdebatkan topik kontroversial, dan menyelesaikan konflik.¹⁶ Komunikasi verbal yaitu komunikasi yang menggunakan Bahasa lisan maupun tulis, dimana memberikan komunikasi secara langsung face to face ataupun melalui bantuan media sosial seperti telepon

¹⁵ Franky Ramli Mokodompit, "Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Efektivitas Kinerja Pada PT. Radio Memora Anoa Indah," *Acta Diurna Komunikasi 2*, no. 2 (2013).

¹⁶ Desak Putu Yuli Kurniati, "Modul Komunikasi Verbal Dan Non Verbal," *Univ Udayana Fak Kedokt Universitas Udayana, Program Studi Kesehatan Masyarakat Fakultas Kedokteran*, (2016).

ataupun media lainnya. Seperti halnya tour leader memberikan informasi saat bimbingan manasik umroh, membantu doa-doa saat pelaksanaan umroh, dan memberikan pengertian terkait pelaksanaan umroh berlangsung. Adapun beberapa indikator dari komunikasi verbal diantaranya;

- a) Kemampuan berbicara dan menulis: Berkomunikasi secara lisan adalah cara yang efektif untuk menggunakan bahasa lisan apa pun, baik dalam suasana interaktif, semi-interaktif, atau non-interaktif. Menulis, di sisi lain, adalah bakat yang sangat berguna karena memungkinkan pengguna untuk lebih mudah. Adapun beberapa indikator dari kemampuan berbicara dan menulis adalah Kejelasan dalam menyampaikan informasi terkait umrah. berkomunikasi dengan menulis, kejelasan dalam menyampaikan informasi.
- b) Vocabulary (bahasa) : Finocchiaro (1964: 8) berpendapat bahwa bahasa adalah sistem simbol vokal yang arbitrer yang memungkinkan setiap orang di dalam suatu masyarakat, atau siapa saja yang telah mempelajari budaya itu, untuk berkomunikasi dan terlibat satu sama lain.
- c) Nada Suara: Nada adalah bunyi yang konstan dan periodik dengan nada dan volume yang telah ditentukan sebelumnya. Nada tinggi dan rendah adalah indikator tinggi rendahnya suara. cara mengatur intonasi suara untuk menyesuaikan dengan kalimat yang diucapkan. Adapun indikator dari nada suara yaitu; intonasi suara, tingkat tinggi rendahnya suara saat berkomunikasi, ucapan yang ramah

2. Komunikasi Verbal Menurut Perspektif Islam.

komunikasi yang diberikan tidak harus bentuk perbuatan melainkan tulisan, pesan dan kualitas perkataan juga termasuk komunikasi. komunikasi verbal dalam persepektif islam seperti yang sudah dijelaskan dalam sumber firman Allah SWT Suara merupakan bagian yang penting dalam komunikasi Verbal, dalam Al-Qur'an sendiri suara di simbolkan dengan perkataan Allah Kepada Nabi, Rasul dan Ummat nya, seperti dalam kata atau istilah dalam Al-Qur'an yang mencerminkan Komunikasi Verbal dalam Qur'an Surat Al-Ikhlash, Al-Falaq, An-Nass dan Al Alaq.

أَقْرَأُ بِأَسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ

*Artinya : Bacalah dengan menyebut nama tuhanmu yang menciptakan.*¹⁷

Karena Al-Quran memiliki banyak sekali percakapan antara Allah SWT dengan umatnya, Allah SWT dengan Rasulnya dan Allah SWT kepada orang Mukmin, orang Kafir dan orang Munafik. Disebabkan perbedaan kualitas dan kuantitas Perkataan inilah yang menyebabkan banyaknya dialog dalam Al-Qur'an yang menjadikan sebagai salah satu karakteristik Komunikasi Verbal. Sehingga tour leader harus mampu membedakan kalimat pengucapan saat memberikan informasi pelaksanaan manasik umrah. dimana urgensi dalam ayat tersebut menjelaskan tentang bagaimana seharusnya komunikasi verbal (lisan) dan nonverbal (symbol) itu dilakukan, dalam surat QS. An-Nisa ayat 63

أَنْفُسِهِمْ فِي لَهْمٍ وَقُلْ وَعِظْهُمْ عَنْهُمْ فَأَعْرَضَ قُلُوبُهُمْ فِي مَا اللَّهُ يُعَلِّمُ الَّذِينَ أُولَئِكَ بَلِيغًا قَوْلًا

¹⁷ Mustafa, Wuryan, and Meilani, "Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Pustakawan Dan Pemustakawan Dalam Persepektif Komunikasi Islam."

Artinya: “Mereka itulah orang-orang yang Allah ketahui apa yang ada di dalam hatinya. Oleh karena itu, berpalinglah dari mereka, nasihatilah mereka, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas pada jiwanya.”¹⁸

ditafsirkan pada kitab tafsir Al-Mishbah oleh Muhammad Quraish Shihab bahwasanya surat An-nisa ayat 63 menafsirkan bahwa, Orang-orang yang bersumpah bahwa mereka hanya menginginkan kebaikan dan petunjuk itu, Allah mengetahui kebohongan serta hakikat yang ada di dalam hati mereka. Oleh karena itu, jangan hiraukan ucapan mereka dan ajaklah mereka kepada kebenaran dengan nasihat yang baik. Katakan kepada mereka kata-kata yang bijak dan penuh arti, hingga merasuk ke dalam kalbu mereka.

b. Komunikasi nonverbal (X2)

1. Pengertian komunikasi non-verbal

Komunikasi nonverbal merupakan komunikasi yang terjadi di luar bahasa lisan meliputi gerak tubuh, ekspresi wajah, dan isyarat fisik lainnya. Peristiwa komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata itulah yang kita maksudkan ketika kita berbicara tentang komunikasi nonverbal. Bentuk komunikasi non-verba ini berarti bahwa segala sesuatu selain kata-kata dianggap sebagai komunikasi non-verbal

¹⁸“Surat An-Nisa Ayat 63 Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir | Baca Di TafsirWeb,” October 6, 2022, <https://tafsirweb.com/1595-surat-an-nisa-ayat-63.html>.

Arni;2007.¹⁹ Contoh singkat Travel yang menyediakan jasa haji dan umrah melakukan fasilitas bimbingan manasik umrah. dari poin itulah seorang tour leader harus mampu memberikan komunikasi nonverbal juga seperti praktek lapangan pelaksanaan thawaf, pelaksanaan sa'i dan melempar jumroh. Sehingga membantu para jamaah lebih faham dan lebih puas terhadap materi yang disampaikan. Adapun beberapa indikator dari komunikasi non-verbal yaitu;

- a) Ekspresi : Ekspresi adalah tindakan membuat pikiran, perasaan, dan niat seseorang diketahui orang lain. Sinyal yang disampaikan oleh wajah seseorang sangat kompleks. Setiap isyarat memiliki makna dan dapat mengubah pesan vokal yang dimaksud. Bahasa dan bahasa tubuh juga dapat digunakan untuk mengungkapkan makna (bahasa isyarat). Salah satu gerakan tubuh yang paling umum digunakan dalam komunikasi adalah ekspresi, seperti yang dikemukakan oleh Carole Wade & Carol Tavis (2007). Adapun beberapa indikator dari ekspresi atau faktor pendukung adanya ekspresi diantaranya; Ekspresi wajah sesuai dengan topik komunikasi antara tour leader dengan jamaah. Ketegasan dalam melakukan bimbingan umroh, Kejelasan antara ekspresi wajah dan pengarahannya bimbingan umroh.
- b) Kontak mata : Ketika dua orang bertemu pandang satu sama lain, mereka dikatakan telah melakukan kontak mata. Oculistics, atau seni mengamati dan menanggapi mata orang lain, adalah bentuk

¹⁹ Nurafiah Cut Alma, Luthfi Muhammad, and Iwanda Muya Syaroh, "Komunikasi Verbal Dan Nonverbal" (Enam Media, 2019).

komunikasi nonverbal yang memiliki dampak signifikan pada interaksi interpersonal. Adapun indikator dari kontak mata itu sendiri diantaranya; mendengarkan jamaah dengan tenang, berkomunikasi dengan melakukan kontak mata, memperhatikan pandangan saat berkomunikasi.

- c) Gerakan Tubuh : Seseorang yang memilih untuk berkomunikasi dengan orang lain hanya melalui penggunaan bahasa tubuh atau gerakan fisik tidak menggunakan kata-kata sama sekali selama berinteraksi. bahasa tubuh dapat menyampaikan pesan atau emosi bahkan ketika kata-kata tidak tersedia. adapun beberapa indikator dari gerakan tubuh yaitu; mengarahkan waktu praktek manasik umrah dan memandu proses pelaksanaan umrah.

2. Komunikasi Nonverbal dalam perspektif islam.

Menurut Deddy Mulyana, salah satu kebutuhan manusia yang paling mendasar adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan berbagai simbol dalam komunikasi interpersonal, intrapersonal, dan massa dengan harapan dapat mengubah pandangan dunia orang menjadi lebih baik. Dalam Surah Taha, ayat 44, Nabi Harun A.S. menceritakan sebuah kisah untuk menggambarkan bahwa dakwah tidak hanya membutuhkan komunikasi verbal tetapi juga komunikasi dan dukungan nonverbal agar efektif dengan Firaun, yang menjadi sasaran dakwah. karena dakwah yang berkesan pasti akan diterima. Al-Qur'an juga menginstruksikan pembacanya dalam seni pelayanan nonverbal, seperti bagaimana berjalan dengan percaya diri tanpa terlihat angkuh Firman Allah surat Luqman 30;18.

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ
Artinya: dan janganlah kamu memalingkan wajahmu daripada manusia (karena sombong) dan janganlah berjalan di bumi dengan angkuh. sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang sombong dan membanggakan diri"²⁰

Rasalullah juga menggunakan gerak tubuh dan kontak fisik untuk berkomunikasi, seperti berjabat tangan, mengelus kepala, dan memeluk bahu anak-anak. Nabi Allah bersabda, yang diajarkan secara Islami: “Jika kamu bertemu dengan dua orang Muslim, beri salam kepada mereka (mussafah), sembahlah Allah, dan mintalah ampunan-Nya. Allah akan mengampuni mereka berdua (Hadits riwayat Abu Dawud).

b. Kepuasan (Y)

1. Pengertian Kepuasan

Kotler dan Keller mengklaim bahwa kepuasan adalah respon yang dihasilkan oleh perbandingan antara hasil dan persepsi konsumen atas penggunaan produk yang akan menghasilkan respon senang atau kecewa.²¹ Jika hasil penggunaan. Dimana yang ekspektasi sesuai dengan harapan konsumen, Seperti Halnya dalam sebuah Travel yang memberikan fasilitas berupa bimbingan manasik umrah dimana yang membutuhkan tour leader dalam memberikan informasi, dengan menggunakan metode komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal yang saling

²⁰ “Al-Qur’an Surat Luqman Ayat Ke-18,” *Merdeka.Com*, October 6, 2022, <https://www.merdeka.com/quran/luqman/ayat-18>.

²¹ Muhamad Iqbal Azhari, Dahlan Fanani, and M. Kholid Mawardi, “Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan KFC Kawi Malang),” *Jurnal Administrasi Bisnis* 28, no. 1 (2015).

berkaitan. Komunikasi nonverbal yang dilakukan secara tepat, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.²² Adapun beberapa indikator dari variabel kepuasan diantaranya;

- a) Kualitas Komunikasi : komunikasi : menurut Carl Hovland, Janis dan Kelley: “Komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan suatu stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain.” Bernard Barelson dan Gary A. Komunikasi Steiner adalah proses penyampaian informasi Melalui penggunaan kalimat maupun simbol.²³ komunikasi dilakukan oleh 2 orang atau lebih. Adapun indikator dari kualitas komunikasi diantaranya, Pengertian terhadap informasi yang disampaikan, kesenangan, menjali hubungan yang makin baik.
- b) Kualitas Pelayanan: Fandy Tjiptono 2007 mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang ditawarkan mampu memenuhi harapan konsumen. Menurut Parasuraman, Arni Purwani dan Rahma Wahdiniwaty 2017 menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara

²²Kristiyani, “Pengaruh Komunikasi Non Verbal Terhadap Kepuasan Pelanggan.”

²³ Febi Trafena Talika, “Manfaat Internet Sebagai Media Komunikasi Bagi Remaja Di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halmahera Selatan,” *Acta Diurna Komunikasi* 5, no. 1 (2016).

persepsi kualitas pelayanan (persepsi) yang diterima klien dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Sehingga ada beberapa indikator dari kualitas pelayanan yaitu; responsive karyawan terhadap jamaah, memberikan jaminan, dan Rasa empati karyawan terhadap jamaah dalam memberikan pelayanan untuk memberikan rasa kepuasan.

- c) Minat berkunjung Kembali : dari penelitian sebelumnya banyak yang merefleksikan bahwa, minat berkunjung sebagai minat pembeli. Minat beli merupakan perilaku konsumen yang muncul sebagai tindakan untuk membeli dan akan Kembali untuk membeli produk tersebut.²⁴ Seperti halnya para jamaah apabila merasakan pelayanan yang baik mulai dari cara berbicara, cara penyampaian baik maka jamaah akan merasa puas dan memiliki rasa ingin berkunjung Kembali untuk beribadah umrah kata lain menjadi jamaah yang royal. Adapun indikator dari minat berkunjung Kembali diantaranya ; Tertarik terhadap tour leader, ingin mencobak Kembali.

2. Kepuasan dalam perspektif islam

¶ Kepuasan memang prioritas dalam bisnis, namun harus diketahui seorang konsumen harus mengetahui batas kepuasan sehingga tetap bisa merasakan bersyukur, seperti halnya yang sudah dijelaskan dalam

²⁴ Alfian Widyanto and Edriana Pangesti, *Pengaruh E-WOM Di Instagram Terhadap Minat Berkunjung Dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Hawaii Waterpark Malang)* (Brawijaya University, 2017).

Al-Quran terkait rasa puas seorang muslim. Dalam surat AL-Maidah ayat 87

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُعْتَدِينَ

“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

”Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”²⁵

Dalam ayat diatas menafsirkan bahwa diperbolehkan menikmati berbagai macam kenikmatan baik makanan maupun perkara lainnya. Al-Quaran merupakan kalam Allah yang diturunkan kepada Nabi Muhammad untuk dijadikan pedoman dalam kehidupan manusia, baik aqidah, akhlak, ibadah maupun muamalah.²⁶

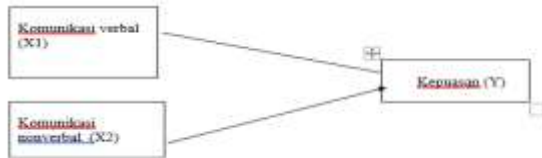
ayat diatas bisa dijadikan dasar dalam teori bahwa seorang manusia memiliki rasa puas secara rasional. Dalam kerangka islam kepuasan terdapat dua bentuk: kepuasan konsumen dan kepuasan seniman. Dengan kata lain, kepuasan konsumtif menghasilkan

²⁵unida.gontor.com, “Ayat al Quran Tentang Kepuasan - Penelusuran Google.”

²⁶ Sofyan Cahya Dinata, “ Implikasi Pendidikan Qs Al-Maidah Ayat 87-88 Tentang Halal dan Haram Terhadap Bermuamalah (mencari rezeki),” *Prosiding Pendidikan Agama Islam* (2015, 2.

kepuasan siap kreasi. Kepuasan optimal dapat diketahui dari hadits nabi yaitu “berhentilah makan sebelum kenyang” karena pada hal tersebut kondisi kreasi dapat diperoleh.

C. Paradigma Penelitian



D. Hipotesis Penelitian

a. Hipotesis 1

H1 : Terdapat hubungan atau pengaruh antara hasil pelayanan Verbal terhadap kepuasan Jamaah Umrah di An-Namiroh Travelindo Surabaya.

Ho : Tidak terdapat hubungan atau pengaruh antara hasil pelayanan Verbal terhadap kepuasan Jamaah Umrah di An-Namiroh Travelindo Surabaya

b. Hipotesis 2

H1: Terdapat hubungan atau pengaruh antara hasil komunikasi non-Verbal terhadap kepuasan jamaah Umrah di An-Namiroh Travelindo Surabaya.

Ho : Tidak terdapat hubungan atau pengaruh antara hasil komunikasi non-Verbal terhadap kepuasan jamaah Umrah di An-Namiroh Travelindo Surabaya.

b. Hipotesis 3

H1 : Terdapat Pengaruh komunikasi verbal dan non-verbal terhadap kepuasan jamaah umrah di An-Namirah Travelindo Surabaya.

Ho : Tidak terdapat Pengaruh komunikasi verbal dan non-verbal terhadap kepuasan jamaah umrah di An-Namirah Travelindo Surabaya.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode penelitian

Jenis pendekatan penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang dimana data pengumpulanya berbentuk angka serta dianalisis menggunakan statistik.²⁷ Dengan tujuan bisa menguji hipotesis yang telah ditentukan. Tujuan dari penelitian ini difokuskan agar bisa menunjukkan nilai hubungan setiap variabel yang ditentukan, melakukan prediksi, dan menguji teori. Beberapa teori yang digunakan untuk melihat karakteristik nilai pengaruh, dan kebenaran yang disajikan sesuai berdasarkan dengan teori yang disajikan oleh penelitian.

Dengan pendekatan penelitian asosiatif, penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dari dua variabel ataupun juga pengaruh terhadap dua variabel ataupun lebih, yang akan digunakan dalam penelitian ini.²⁸ Penelitian asosiatif mengarah pada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen jika dilihat dari topik penelitian. Topik penelitian yang digunakan penelitian adalah pengaruh komunikasi verbal dan nonverbal Tour Leader terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamirah Travelindo Surabaya.

B. Objek Penelitian.

²⁷ Untung Nugroho, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Pendidikan Jasmani* (Penerbit CV. Sarnu Untung, 2018).

²⁸ Ibid 25.

Penelitian ini akan dilakukan di Annamiroh Travelindo Surabaya yang sebagai cabang dari perusahaan Annamiroh Mojokerto yang bertempat di jl Ketintang Baru III ruko No. 2b, Kec. Ketintang, Kab. Surabaya, Jawa Timur, dengan nomer telp. 085173999123 dan akun media sosial Instagram annamiroh.id.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk ditarik kesimpulan dan dipelajari menurut sugiyono. Dalam penelitian ini dengan objek Annamiroh Travelindo Surabaya yang terfokuskan pada jasa pelayanan ibadah haji dan umrah sehingga penelitian menguji komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal Tour Leader terhadap kepuasan jamaah umrah. populasi yang digunakan adalah jamaah umrah yang kurang dari 100 populasi, sehingga responden yang peneliti ambil utuh sebanyak 70 responden jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya dengan pemberangkatan pada tanggal 24 November dan 03 Desember 2022. Tidak menggunakan sampel ataupun teknik sampling dikarenakan responden yang digunakan oleh penelitian ini sejumlah 70 jamaah umrah.

D. Indikator dan variabel

1. Variabel Penelitian.

Pada dasarnya variabel adalah suatu hal yang bisa berbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti untuk dikaji lebih dalam untuk menarik kesimpulan. Dalam penelitian variabel dapat dilihat dari dua sudut yaitu sudut

peran dan sifat. Dimana yang bisa dibedakan dalam dua jenis yaitu;

- a) Variabel dependent : variabel yang menjadikan faktor untuk dipengaruhi oleh sejumlah variabel lain atau variabel independen.²⁹ Pada penelitian ini variabel dependen adalah kepuasan (Y) di Annamiroh Travelindo Surabaya.
- b) Independen : variabel ini bisa dikatakan variabel yang mendahului atau variabel yang diduga sebagai sebab. Menurut Haqqul pada jurnal yang diteliti oleh sangkot nasution adalah variabel yang berperan memberikan pengaruh pada variabel lain. Pada penelitian ini variabel bebasnya adalah komunikasi verbal (X1) dan komunikasi nonverbal (X2) Tour Leader yang ada di Annamiroh Travelindo Surabaya.³⁰

2. Indikator

Indikator penelitian digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel dalam penelitian ini berhubungan, indikator dalam penelitian juga digunakan untuk memunculkan butir-butir pertanyaan pada kuesioner. Variabel dan indikator dalam penelitian ini adalah;

Variabel	Dimensi	Indikator
Variabel Y : Kepuasan	Komunikasi	Pengertian terhadap informasi yang disampaikan

²⁹ Rafika Ulfa, "Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan," *AL-Fathonah* 1, no. 1 (2021): 342–351, 345.

³⁰ Sangkot Nasution, "variabel penelitian," *JURNAL RAUDHAH* 5, no. 2 (November 10, 2017).

		Kesenangan
		Menjalin hubungan yang makin baik.
	Kualitas Pelayanan	Responsif tour leader terhadap jamaah
		Memberikan jaminan
		Rasa empati.
	Minat berkunjung Kembali	Ingin mencobak Kembali
		Tertarik terhadap tour leader
Variabel X1: Komunikasi Verbal	Kemampuan berbicara dan menulis	Kejelasan dalam menyampaikan informasi.
		Berkomunikasi dengan menulis (whatsapp, dm, sms)
		Kejelasan dalam menyampaikan informasi terkait umrah.
	Nada suara	Intonasi suara.
		tingkat tinggi rendahnya suara komunikasi.
		Ucapan yang ramah.
		Urutan kata saat berbicara

	Vocabulary (pembenaran Bahasa). Menurut depdikbud	Bahasa penyampaiaan yang sederhana.
Variabel X2: Komunikasi nonverbal	Kontak mata	Berkomunikasi dengan melakukan kontak mata.
		Memperhatikan pandangan saat berkomunikasi.
		Ekspresi wajah sesuai dengan topik komunikasi antara tour leader dengan jamaah.
	Ekspresi	Ketegasan dalam melakukan bimbingan umroh
		Kejelasan antara ekspresi wajah dan pengarahannya bimbingan umroh
		Memperlihatkan Gerakan pelaksanaan umrah.
	Gerakan tubuh	Memandu proses pelaksanaan manasik umroh.

		Mempraktikkan pelaksanaan umrah secara baik.
--	--	--

E. Tahap Tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian yang telah ditempuh peneliti dalam menyelesaikan penelitian terdapat empat tahap yaitu: tahap persiapan, tahap proses pelaksanaan penelitian, tahap pengumpulan data dan tahap penulisan laporan yang akan ditempuh dalam penelitian pengaruh pelayanan verbal dan non-verbal terhadap kepuasan jamaah umrah di An-Namirah Travelindo Surabaya. Yang dibuat secara sistematis sebagai berikut;

1) Tahap persiapan

Tahap ini dimulai dengan menentukan masalah yang akan dipecahkan dan bahan penelitian yang akan digunakan. Menggunakan masalah untuk membuat variabel yang akan dijadikan bahan penelitian. Namun, tinjauan pustaka diperlukan untuk memberikan gambaran dan landasan teoritis untuk penelitian.

Setelah rumusan masalah dan hipotesis tersusun dengan benar, peneliti akan melakukan studi pustaka untuk mendapatkan gambaran secara jelas mengenai variabel-variabel yang sudah ditentukan sebelumnya. Kemudian, peneliti akan membuat metode penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah dan hipotesis yang sudah ditentukan peneliti. peneliti akan melakukan pengecekan dengan melakukan koordinasi dengan dosen pembimbing.

2) Tahap pelaksanaan penelitian

jumlah responden yang akan diteliti ditentukan pada tahap implementasi ini. Setelah menentukan

jumlah responden, Peneliti akan memilih objek yang akan diteliti pada titik ini. Setelah proses tersebut peneliti akan meminta surat izin penelitian terhadap Annamiroh Travelindo Surabaya ke Universitas. Peneliti kemudian akan memilih demografi dan sampel yang akan diteliti, maka peneliti akan melakukan prosedur pengambilan data untuk di uji dan menentukan hasil dari penelitian tersebut dengan pendekatan yang sudah ditentukan.

- 3) Tahap proses pengolahan data.
 - a. Hasil kuesioner yang diisi oleh responden diberi skor dalam penelitian ini
 - b. Data yang dikumpulkan selama penelitian dihitung dan ditabulasi oleh peneliti.
 - c. Peneliti menggunakan metode penelitian berupa statistic untuk menganalisis data
- 4) Penulisan Laporan.

Tahan laporan merupakan tahap akhir dari proses pelaksanaan penelitian. Setelah semua komponen-komponen terkait dengan data perhitungan data sesuai dengan kesimpulan, penelitian memulai menulis laporan dalam konteks laporan penelitian kuantitatif. Penulisan akan dilakukan sesuai dengan metode penelitian kuantitatif dengan tidak mengabaikan kebutuhan penelitian terkait dengan kelengkapan data.

F. Teknik Pengumpulan data.

Metode pengumpulan data ini paling penting dikarenakan akan menentukan hasil hipotesis, pengumpulan data yang akan digunakan berupa pengisian angket atau kuesioner dan dokumentasi sebagai strategi pengumpulan data;

1) Kuesioner

Kuesioner adalah suatu bentuk pengumpulan data di mana individu menjadi responden dengan menjawab serangkaian pertanyaan atau pernyataan. Kuesioner terdiri dari serangkaian pertanyaan yang telah ditentukan yang disesuaikan dengan masalah studi yang dihadapi. Masri Singarimbun mengklaim bahwa menggunakan kuesioner adalah bagian terpenting dalam melakukan penelitian lapangan untuk studi survei. Data yang dikumpulkan dari survei ini akan ditabulasi dan diperiksa secara statistik untuk mendapatkan kesimpulan.³¹ Metode penulis untuk menyusun kuesioner adalah sebagai berikut: Metode penulis untuk menyusun kuesioner adalah sebagai berikut:

- a. Membuat kisi-kisi kuesioner atau daftar pertanyaan.
- b. Menulis pertanyaan dan kemungkinan jawaban. Kuesioner dibuat dengan menggunakan instrumen tertutup.
- c. Memberikan nilai untuk setiap pertanyaan. Setiap alternatif jawaban diberi skor.

Sangat Setuju (SS)	=Skor 5
Setuju (S)	=Skor 4
Netral (N)	=Skor 3
Tidak Setuju (TS)	=Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	=Skor 1

³¹ sunandar sakria manila, "Survei Minat Belajar Siswa Dalam Mengikuti Pembelajaran Pendidikan Jasmani Di SMP 30 Makassar" (PhD Thesis, Universitas negeri Makassar, 2020), 4.

2) Dokumentasi

Dokumentasi adalah Suatu metode untuk mengumpulkan, mengidentifikasi, dan mengolah data untuk studi dalam bentuk buku-buku terkait, peraturan, laporan kegiatan, dan data lainnya, untuk lebih membuktikan bahwa teori yang diambil sudah benar dan valid.

A. Teknik validitas dan analisa reliabilitas.

1. Uji Validitas.

Uji validitas menentukan apakah suatu alat ukur itu valid (valid) atau tidak valid (invalid). Pertanyaan-pertanyaan dalam angket merupakan alat ukur dalam hal ini. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan yang ada di dalamnya dapat mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur oleh kuesioner tersebut. Apabila terdapat kesamaan data yang benar-benar terjadi pada objek penelitian, maka penelitian tersebut dikatakan valid.³² Uji validitas dilakukan di setiap pertanyaan kuesioner dari peneliti dengan menggunakan korelasi *pearson product moment*. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Dalam penelitian ini, penguji menggunakan nilai signifikan 0,05%. Untuk menentukan instrumen itu valid atau tidak, maka ketentuannya adalah sebagai berikut;

- a. jika nilai r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikan 0,05% maka instrumen tersebut dikatakan valid.
- b. Jika nilai r hitung $<$ r tabel dengan nilai signifikan 0,05 atau 0,05% maka instrument tersebut dikatakan tidak valid. Berikut ini adalah nilai-nilai r tabel *pearson product moment*.

³² Nilda Miftahul Janna and H. Herianto, "Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS," Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar, Indonesia (2021).

Tabel 3. 1 Product Moment

no	N	Nilai signifikan 0,05
1	55	0,266
2	60	0,254
3	65	0,244
4	70	0,235

Pernyataan tersebut seperti yang sudah diketahui bahwa nilai r tabel dengan nilai signifikan dan jumlah responden 70, sehingga hasil yang diperoleh adalah 0,235. Hasil uji validitas instrumen dengan menggunakan SPSS versi 20 for windows, sebagai berikut;

Tabel 3. 2 Hasil uji validitaskomunikasi verbal (X1)

Item pertanyaan	Total Person Correlations	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,490	0,235	Valid
X1.2	0,430	0,235	Valid
X1.3	0,539	0,235	Valid
X1.4	0,474	0,235	Valid
X1.5	0,604	0,235	Valid
X1.6	0,452	0,235	Valid

Dari hasil analisis diatas dapat diketahui bahwa variabel item komunikasi verbal (X1) yang valid yaitu : X1.1, X1.2, X1.3,X1.4, X1.5, X1.6 karena mempunyai nilai $> 0,235$. Maka kesimpulan adalah enam (6) ite tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 3. 3 hasil uji validitas komunikasi nonverbal (X2)

Item pertanyaan	Total Person Correlations	R Tabel	Keterangan
X2.1	0,494	0,235	Valid
X2.2	0,585	0,235	Valid
X2.3	0,385	0,235	Valid
X2.4	0,430	0,235	Valid
X2.5	0,418	0,235	Valid
X2.6	0,511	0,235	Valid

Dari hasil analisis diatas dapat diketahui bahwa variabel komunikasi nonverbal (X2) yang valid yaitu; X2.1, X2.2, X2.3, X2.4, X2.5, X2.6 karena mempunyai nilai $> 0,235$. Maka kesimpulan adalah enam item tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 3. 4 Hasil Validitas Kepuasan

Item pertanyaan	Total Person Correlations	R Tabel	Keterangan
Y.1	0,589	0,235	Valid
Y.2	0,579	0,235	Valid
Y.3	0,312	0,235	Valid
Y.4	0,307	0,235	Valid
Y.5	0,375	0,235	Valid
Y.6	0,410	0,235	Valid

Dari hasil analisis diatas dapat diketahui bahwa variabel kepuasan (Y) yang valid yaitu; Y.1, Y.2, Y.3, Y.4, Y.5, Y.6 karena mempunyai nilai $> 0,235$. Maka

kesimpulan adalah enam item tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian

2. Analisa Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2017:130) adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Menurut Mustafa dalam jurnal EMBA yang diteliti oleh Agne Ligia Pratistian dkk menyatakan, bahwa pengukuran reliabilitas dilakukan hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Dengan menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* yang dihitung sesuai varian skor dari setiap butir atau melalui koefisien korelasi produk momen antar skor setiap butir.³³ Jika koefisien reliabilitas menunjukkan angka $> 0,5$ maka dapat disimpulkan bahwa yang bersangkutan reliable, untuk mengukur reliabilitas menggunakan bantuan SPSS dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (a). untuk menentukan instrumen tersebut valid atau tidak, maka ketentuannya adalah sebagai berikut.

- a) Jika *Cronbach Alpha* (a) $> 0,5$ maka dikatakan kuesioner memiliki reliabilitas moderat.
- b) Jika *Cronbach Alpha* (a) $< 0,5$ maka dikatakan kuesioner memiliki reliabilitas rendah atau tidak reliabel.

³³ Agnes Ligia Pratisitia Walukow and Lisbeth Mananeke, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2, no. 3 (2014).

Berikut ini hasil uji reliabilitas instrumen penelitian yang menggunakan aplikasi SPSS versi 20.

a. Hasil Uji Reliabilitas pada komunikasi verbal (X1)

Dalam variabel komunikasi verbal (X1) memiliki enam pertanyaan yang diujikan reliabilitasnya oleh peneliti, dibawah ini adalah hasil uji reliabilitas pada variabel komunikasi verbal (X1)

Tabel 3. 5 Reliability Statistics Komunikasi

Cronbach's Alpha	N of Items
,675	6

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa, variabel komunikasi verbal (X1) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0, 675 dengan banding 0,5 dimana yang nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,5 maka pertanyaan pada variabel komunikasi verbal dapat dinyatakan reliabel dan layak dijadikan sebagai bahan penelitian.

b. Hasil Uji Reliabilitas pada Komunikasi Nonverbal (X2)

Dalam variabel komunikasi Nonverbal (X2) memiliki enam pertanyaan yang diujikan reliabilitasnya oleh peneliti, dibawah ini adalah hasil uji reliabilitas pada variabel komunikasi Nonverbal (X2).

Tabel 3. 6 Reliability Statistic Komunikasi Nonverbal (X2)

Cronbach's Alpha	N of Items
,654	6

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa, variabel komunikasi Nonverbal (X2) memiliki nilai

Cronbach's Alpha sebesar 0,624 dengan banding 0,5 dimana yang nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,5 maka pertanyaan pada variabel komunikasi verbal dapat dinyatakan reliabel dan layak dijadikan sebagai bahan penelitian.

c. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan (Y)

Dalam variabel kepuasan (Y) memiliki enam pertanyaan yang diujikan reliabilitasnya oleh peneliti. dibawah ini adalah hasil uji reliabilitas pada variabel kepuasan (Y).

Tabel 3. 7 Reliability Statistic Kepuasan (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
,624	6

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa, variabel kepuasan (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,624 dengan banding 0,5 dimana yang nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,5 maka pertanyaan pada variabel komunikasi verbal dapat dinyatakan reliabel dan layak dijadikan sebagai bahan penelitian.

B. Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data dari responden maka peneliti akan melakukan analisis data untuk melihat validitas teori yang sudah dijelaskan. Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa metode Statistical Program for Social Science (SPSS) merupakan program aplikasi komputer untuk menganalisis data statistik. Laporan ini bisa berbentuk plot (diagram) dari berbagai distribusi, Chart (grafik), tabulasi, statistik deskriptif dan analisis statistik yang kompleks. Adapun

beberapa Teknik Analisis data yang akan digunakan oleh penelitian. Teknik analisis data yang digunakan oleh penelitian menggunakan aplikasi SPSS versi 20.

1. Uji asumsi Klasik

Salah satu persyaratan untuk inferensi statistik adalah adanya data normal. Asumsi data normal ini harus diuji untuk melihat apakah data empiris yang dikumpulkan di lapangan sesuai dengan distribusi teoritis, dalam hal ini distribusi normal. Peneliti harus melakukan uji normalitas data untuk menentukan jenis statistik yang akan digunakan.³⁴ *Anderson Darling, Kolmogorov-Smirnov, Chi-Square, Lilliefors, Shapiro-Wilk, Cramer Von Mises, QQ Plot, dan PP Plot* adalah beberapa contoh uji normalitas data. Masing-masing metode ini memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri dalam mendeteksi penyimpangan dari distribusi normal. Dalam penelitian ini, uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk menentukan normalitas distribusi data. Data dikatakan tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 yang menjadi dasar pengambilan keputusan.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas mengungkapkan apakah variabel independen model regresi berkorelasi tinggi atau berkorelasi sempurna. Jika terdapat multikolinieritas sempurna antara variabel bebas, maka

³⁴Akbar Nasrum, "Uji Normalitas Data Untuk Penelitian," *Jayapangus Press Books* (February 28, 2018): 115.

koefisien regresi variabel bebas tidak dapat dihitung, dan nilai standard error menjadi tak terhingga.³⁵ Jika multikolinearitas antar variabel bebas besar, maka diperoleh koefisien regresi variabel bebas; namun, nilai kesalahan standar yang tinggi menyiratkan bahwa nilai koefisien regresi tidak dapat diestimasi secara andal.

Multikolinearitas pada hakikatnya adalah fenomena sampel. bisa di katakana adaya hubungan antara variabel independent dalam suatu regresi, menjadi alat ukur keterikatan antara variabel indenpenden dengan variable Y.³⁶

3. Uji Heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan dan mengevaluasi apakah residual suatu pengamatan dalam model regresi berbeda dari residual pengamatan lainnya. Tes gletser adalah metode untuk memvalidasi temuan penelitian. Dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel bebas, instrumen uji juga dapat digunakan untuk memprediksi heteroskedastisitas. Jika $\text{sig} > 0,05$ maka menurut acuan tidak terjadi heteroskedastisitas.³⁷

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

³⁵ AGUS TRI BASUKI, "Uji Multikolinearitas Dan Perbaikan Multikolinearitas" universitas muhammadiyah yogyakarta , 1.

³⁶ Agius Widarjono, "Ekonometrika : Teori dan aplikasi untuk ekonomi dan bisnis, uji multikoliniearitas dan perbaik," 2005 ekonisia, fakultas ekonomi uii, 131.

³⁷ Putu Dina Aristya Dewi and I. GNA Suaryana, "Pengaruh EPS, DER, Dan PBV Terhadap Harga Saham," *E-Jurnal Akuntansi* 4, no. 1 (2013), 220.

4. Uji Regresi Linier Berganda.

Regresi linier berganda adalah model regresi yang mencakup beberapa variabel bebas. Ghazali memberikan teori bahwa analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.³⁸ Regresi linier berganda merupakan uji yang memiliki dua arahan, yaitu model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas, dalam penelitian ini variabel bebas terdapat dua yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal sehingga peneliti menggunakan uji regresi linier berganda. Regresi linier berganda merupakan bentuk hubungan hubungan di antara variabel bebas maupun variabel terikat, sebagai faktor yang berpangkat dua. persamaan umum algoritma regresi linier berganda adalah,

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 + \dots + a_n.X_n$$

Keterangan :

Y = variabel terikat / variabel dependent (nilai yang diprediksi)
a₀, a₁, a₂, a_n = koefisien regresi X₁, X₂ , ..., X_n
X_n = variabel bebas / variabel independen.³⁹

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

³⁸ Ibid 37.

³⁹ Purwadi Purwadi, Puji Sari Ramadhan, and Nurdiyanti Safitri, "Penerapan Data Mining Untuk Mengestimasi Laju Pertumbuhan Penduduk Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Pada BPS Deli Serdang," *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika dan Komputer)* 18, no. 1 (February 22, 2019), 53.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Annamiroh Travelindo Surabaya.

Annamiroh Travelindo Surabaya merupakan salah satu Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang bercabang di Surabaya dan berpusat di kecamatan Mojosari kabupaten Mojokerto jl. Gajah mada raya menanggal, mojosari. Dengan Akta pendirian No.4 Tgl.3 April 2001 yang telah ditunjuk oleh Departemen Agama dan pariwisata RI. Dengan nomor SK 949 tahun 2019 yang dikelola oleh bapak direktur Bagoes Awaluddin Irfansyah. Perusahaan ini dulunya dibangun berawal dari pondok pesantren dengan ibu nyai jauharoh yang ada di wilayah mojosari Mojokerto. Annamiroh Travelindo berfokus untuk memberikan layanan terhadap para tamu-tamu Allah yang dipanggil untuk berziarah ke baitullah, Annamiroh Travelindo selalu memberikan pelayanan yang sama rata tanpa ada perbedaan baik itu dari kalangan bawah maupun dari kalangan menengah.⁴⁰

Annamiroh Travelindo Surabaya adalah badan usaha yang bergerak di bidang biro pemberangkatan Haji dan umrah regular dan khusus. Umroh plus mempunyai fasilitas tambahan yaitu; ziarah ke beberapa Negara, diantaranya seperti Brunei Darussalam, Hongkong, Singapore, Turkey, Mesir, Lebanon dll. Hampir setiap bulan Annamiroh membuat program ibadah Haji dan Umrah plus liburan, dimana yang melaksanakan liburan

⁴⁰ Wawancara bapak direktur, Bagus Awaluddin Irfansyah, 13 september 2022, di Annamiroh Travelindo Surabaya.

terlebih dahulu baru melaksanakan ibadah haji maupun umrah. dalam program ini banyak dari calon jamaah umrah yang tertarik mulai dari program umroh 9 hari plus ke brunei darussalam dan yang paling banyak peminatnya terhadap program ibadah umroh plus liburan yaitu program umroh plus Turki.

Annamiroh Travelindo Surabaya telah berjalan selama 12 tahun, dan Kepercayaan masyarakat semakin besar dan kuat, kekompakan para alumni yang merasakan kepuasan jasa layanan kami meminta izin untuk resmi dijadikan cabang diantaranya wilayah Bangkalan dengan nomor sk 561 tahun 2022, wilayah cilegon nomor sk 845 tahun 2019, wilayah wonokromo Surabaya nomor sk 139 tahun 2021, wilayah gayungan nomor sk 628 tahun 2020,⁴¹ Blitar, Gresik, Jombang, Sidoarjo, Situbondo dan Jember hampir merata di Jawa Timur bahkan di luar Jawa seperti Jakarta, Banten, Kalimantan, Papua dan Lombok juga Bali ikut handir bergerak bersama mensyiarkan jasa ibadah haji dan umrah yang menggunakan produk Annaamiroh Travelindo Surabaya.

Annamiroh Travelindo Surabaya juga memiliki pelayanan yg meliputi; Manasik (bimbingan) ibadah Haji dan Umrah secara modern (Audio, Visual, Digital), yang setiap perusahaan baik cabang maupun pusat, dalam pelaksanaan manasik umrah ini kami menyediakan tempat sesuai lokasi kantor seperti halnya Annamiroh

⁴¹ SIMPU- Kemenag and PT AN NAMIROH TRAVELINDO, "PT. AN NAMIROH TRAVELINDO," *PT. AN NAMIROH TRAVELINDO*, accessed December 9, 2022, <https://umrahcerdas.kemenag.go.id/home/detail/830>.

Travelindo Surabaya yang melaksanakan bimbingan manasik umroh di Asrama haji dan Umrah Surabaya.

Bimbingan manasik umrah yang dilakuka oleh Annamiroh Travelindo Surabaya dibimbing oleh tour leader yang sudah berpengalaman pada bidangnya, tour leader yang bertanggung jawab di Annamiroh bernama ustadz Aris Daya Abadi berusia 30 tahun. Menjadi pembimbing di Annamiroh kurang lebih 2 tahun terakhir dengan kemampuan gaya komunikasi yang baik berkala international. Ustadz Aris bertanggung jawab penuh terhadap proses pelaksanaan ibadah umrah mulai dari keberangkatan, proses ibadah hingga kepulangan. Dengan memberikan bimbingan secara menyeluruh berupa informasi dan juga praktek selama pelaksanaan ibadah umrah.

B .Visi dan Misi Annamiroh Travelindo Surabaya

a) Visi

Visi PT. An-Namiroh Travelindo Surabaya adalah menjadi biro perjalanan wisata religi ibadah Haji dan Umrah yang amanah baik dalam segi pelayanan ibadah maupun biaya akomodasi.

b) Misi

Misi PT. An-Namiroh Travelindo Surabaya adalah:

- 1) Menyelenggarakan pelayanan ibadah haji dan umrah dengan mengaplikasikan serta menjunjung tinggi nilai-nilai ibadah yang sesuai ajaran dan sunnah nabi Muhammad Saw.
- 2) Memberikan pelayanan umroh plus syiar dan dakwah dengan melakukan perjalanan wisata religi dan tempat bersejarah di Mekah dan Madinah.
- 3) Memberikan kemudahan dalam proses peribadatan selama di tanah suci.

tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah jamaah berjenis kelamin perempuan.

b. Jenis Usia

Tabel 4. 2 Jenis Usia Jamaah Umrah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <30	1	1.4	1.4	1.4
40-49	9	12.7	12.9	14.3
50-59	28	39.4	40.0	54.3
60-69	24	33.8	34.3	88.6
70-79	5	7.0	7.1	95.7
80-90	3	4.2	4.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa 70 responden (jamaah umrah Annamiroh Travelindo Surabaya) yang memiliki usia dibawah 30 tahun sebanyak 1 orang atau 1,4%, yang berusia 40-49 sebanyak 9 orang atau 12,7%, berusia 50-59 tahun sebanyak 28 jamaah atau 39,4%, usia 60-69 tahun sebanyak 24 orang atau 33,8%, usia 70-79 tahun sebanyak 5 orang atau 7,0%, usia 80-90 tahun sebanyak 3 orang atau 4,2%. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah jamaah umrah yang berusia 50-69 tahun.

2. Data Hasil Kuesioner

a. Tabel Frekuensi Jawaban Responden Tentang Komunikasi Verbal (X1)

peneliti telah Menyusun 6 pertanyaan tentang komunikasi verbal yang harus diisi oleh responden. Setiap jawaban dari responden memiliki skor nilai dari penelitian. Berikut ini adalah tabel-tabel frekuensi

jawaban dan responden tentang komunikasi verbal yang telah diuji menggunakan SPSS versi 20.

Tabel 4. 3 Saya merasa nyaman berkomunikasi dengan Tour Leader saat berkonsultasi (X1.1)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	1	1.4	1.4	1.4
TS	1	1.4	1.4	2.9
N	8	11.4	11.4	14.3
S	34	48.6	48.6	62.9
SS	26	37.1	37.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel diatas menyajikan informasi tentang para jamaah umrah merasa nyaman berkomunikasi dengan tour leader saat berkonsultasi. Dari 70 responden dapat diketahui, bahwa yang menjawab sangat setuju sebanyak 26 orang atau 37,1%, responden yang menjawab setuju sebanyak 34 jamaah umrah atau 48,6% responden yang menjawab netral sebanyak 8 orang atau 11,4 % responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4% sedangkan tidak menjawab dari pertanyaan kuesioner ada 1 orang atau 1,4%. Dari penjelasan diatas bisa diketahui bahwa jawaban yang paling banyak adalah setuju dengan jumlah responden sebanyak 34 orang atau 48,6% sedangkan responden yang paling sedikit ada dua yaitu tidak setuju dengan 1,4% dan satu pertanyaan kuesioner yang tidak diisi dengan jumlah 1,4%.

Tabel 4. 4 Tour Leader atau pembimbing manasik umrah asik Ketika diajak berbicara (X1.2)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	2	2.9	2.9	2.9
N	13	18.6	18.6	21.4
Valid S	38	54.3	54.3	75.7
SS	17	24.3	24.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel di atas memberikan informasi tentang Tour Leader atau pembimbing manasik umrah asyik Ketika diajak berbicara. Dari 70 responden dapat diketahui bahwa yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 orang atau 24,3% responden dengan jawaban setuju sebanyak 38 orang atau 54,3% responden netral sebanyak 13 orang atau sebanyak 18,6% sedangkan yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,9%. Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa jawaban yang paling banyak adalah setuju dengan jumlah percent sebanyak 54,3% sedangkan responden yang paling sedikit yaitu tidak setuju dengan jumlah percent sebanyak 2,9%.

Tabel 4. 5 Tour Leader saat pelaksanaan manasik umrah menjelaskan dengan ramah dan suara lantang (X1.3).

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TS	3	4.3	4.3	4.3
N	8	11.4	11.4	15.7
Valid S	52	74.3	74.3	90.0
SS	7	10.0	10.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel diatas menunjukkan informasi terkait Tour Leader saat manasik umrah menjelaskan dengan ramah dan

suara lantang. Bahwasanya dari 70 responden jamaah memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 7 orang atau 10,0% responden dengan jawaban setuju sebanyak 52 orang atau 74,3% responden netral sebanyak 8 orang atau 11,4% dan untuk jawaban tidak setuju sebanyak 3 orang atau 4,3%. Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa respon yang paling banyak yaitu setuju dengan nilai sebanyak 74,3% dan respon dari jamaah umrah yang paling sedikit yaitu tidak setuju dengan nilai sebanyak 4,3%.

Tabel 4. 6 Tour Leader menjelaskan dengan intonasi suara yang jelas (X1.4)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	3	4.3	4.3	4.3
TS	1	1.4	1.4	5.7
N	12	17.1	17.1	22.9
S	27	38.6	38.6	61.4
SS	27	38.6	38.6	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Tabel diatas menyajikan informasi Tour Leader menjelaskan dengan intonasi suara yang jelas. Dari 70 responden dapat diketahui, bahwa yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 responden atau 10,0% sedangkan setuju sebanyak 52 orang atau 74,3%. Responden netral sebanyak 8 orang atau 11,4%. Responden tidak setuju 3 orang atau 4,3%. Dari penjelasan diatas bisa diketahui bahwa responden yang paling banyak yaitu setuju dan sangat setuju dengan jumlah sebanyak 59 orang atau 84,3% dan responden yang

paling sedikit adalah tidak setuju dengan jumlah 1 orang atau 1,4%.

Tabel 4. 7 Bahasa yang disampaikan oleh Tour Leader mudah dipahami (X1.5)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	2	2.9	2.9	2.9
TS	3	4.3	4.3	7.1
N	6	8.6	8.6	15.7
S	40	57.1	57.1	72.9
SS	19	27.1	27.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Dari tabel diatas informasi tentang bahasa yang disampaikan oleh Tour Leader mudah dipahami. Dari 70 responden dapat diketahui bahwa jawaban sangat setuju sebanyak 19 orang atau 27,1%. Responden setuju sebanyak 40 orang atau 57,1%. Responden netral sebanyak 6 orang atau 8,6%. Responden tidak setuju sebanyak 3 orang atau 4,35 sedangkan responden sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,9%. Dari penjelasan diatas bisa diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah setuju dengan nilai sebanyak 57,1% sedangkan responden yang paling sedikit adalah sangat tidak setuju dengan jumlah 2,9%.

Tabel 4. 8 Saya merasa puas atas informasi pelaksanaan umrah yang disampaikan Tour Leader atau pembimbing manasik umrah (X1.6)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	9	12.9	12.9	12.9

S	30	42.9	42.9	55.7
SS	31	44.3	44.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat diketahui informasi tentang Saya merasa puas atas informasi pelaksanaan umrah yang disampaikan Tour Leader atau pembimbing manasik umrah. dari 70 responden dapat diketahui bahwa responden dengan jawaban sangat setuju sebanyak 31 orang atau 44,3%. Responden setuju 30 orang atau 42,9%. Sedangkan responden netral sebanyak 9 orang atau 12.9%. Dari penjelasan diatas bisa diketahui bahwa responden yang paling banyak dengan jawaban sangat setuju dengan jumlah 44,3% dan responden yang paling sedikit netral dengan jumlah 12,9%.

a. Tabel Frekuensi Jawaban Responden Tentang Komunikasi Nonverbal(X2)

peneliti telah Menyusun 6 pertanyaan tentang komunikasi Nonverbal yang harus diisi oleh responden. Setiap jawaban dari responden memiliki skor nilai dari penelitian. Berikut ini adalah tabel-tabel frekuensi jawaban dan responden tentang komunikasi verbal yang telah diuji menggunakan SPSS versi 20.

Tabel 4. 9 Tour leader saat menjelaskan menghadap jamaah tidak memalingkan wajahnya (X2.1.)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	3	4.3	4.3	4.3
Valid S	25	35.7	35.7	40.0
SS	42	60.0	60.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Dari tabel diatas mendapatkan informasi tentang Tour Leader saat menjelaskan menghadap jamaah tidak memalingkan wajahnya. Dari 70 responden dengan 6 pertanyaan dapat diketahui bahwa responden sangat setuju mendapatkan jawaban sebanyak 42 atau 60,0%. Responden setuju sebanyak 25 orang atau 35,7%. Responden netral sebanyak 3 orang atau 4,3%. Dari penjelasan diatas bisa diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah sangat setuju dengan nilai sebanyak 60,0% sedangkan responden paling rendah adalah netral dengan jumlah 4,3%.

Tabel 4. 10 Saya suka Tour Leader saat menjelaskan selalu fokus menghadap jamaah (X2.2)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	1	1.4	1.4	1.4
TS	2	2.9	2.9	4.3
N	6	8.6	8.6	12.9
S	22	31.4	31.4	44.3
SS	39	55.7	55.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Dari tabel diatas mendapatkan informasi tentang Saya suka Tour Leader saat menjelaskan selalu fokus menghadap jamaah. Dari 70 responden dengan 6 pertanyaan dapat diketahui bahwa responden sangat setuju mendapatkan jawaban sebanyak 39 orang atau 55,7%. Responden setuju sebanyak 32 orang atau 31,4%. Responden netral sebanyak 6 orang atau 8,6%. Responden tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,9% sedangkan responden sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4%. Dari penjelasan diatas bisa diketahui

bahwa responden paling banyak adalah sangat setuju dengan jumlah 55,7% sedangkan responden yang paling sedikit adalah sangat tidak setuju dengan jumlah 1,4%.

Tabel 4. 11 Tour Leader menumbuhkan rasa antusias untuk melaksanakan ataupun praktek tentang pelaksanaan umrah (X2.3)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.4	1.4	1.4
N	3	4.3	4.3	5.7
S	23	32.9	32.9	38.6
SS	43	61.4	61.4	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Dari tabel diatas mendapatkan informasi tentang Tour Leader menumbuhkan rasa antusias untuk melaksanakan ataupun praktek tentang pelaksanaan umrah. Dari 70 responden dengan 6 pertanyaan dapat diketahui bahwa responden sangat setuju mendapatkan jawaban sebanyak 43 orang atau 61,4%. Responden setuju sebanyak 23 orang atau 32,9%. Responden neral sebanyak 3 orang atau 4,3% dan responden tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4%. Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa responden dari jamaah umrah sebanyak 70 orang yang paling banyak adalah sangat setuju dengan jumlah 61,4% sedangkan responden yang paling sedikit adalah tidak setuju dengan jumlah 1,4%.

Tabel 4. 12 Tour Leader atau pembimbing menjelaskan teori manasik umrah dengan wajah ramah dan tersenyum (X2.4)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1.4	1.4	1.4

N	4	5.7	5.7	7.1
S	18	25.7	25.7	32.9
SS	47	67.1	67.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Dari tabel diatas mendapatkan informasi tentang Tour Leader atau pembimbing menjelaskan teori manasik umrah dengan wajah ramah dan tersenyum. Dari 70 responden dengan 6 pertanyaan dapat diketahui bahwa responden sangat setuju mendapatkan jawaban sebanyak 47 orang atau 67,1%. Responden setuju sebanyak 18 orang atau 25,7%. Responden netral sebanyak 4 orang atau 5,7% sedangkan responden sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4%.

tabel 4. 13 Saya lebih paham dengan bantuan Gerakan tubuh dari Tour Leader saat praktek pelaksanaan umrah (X2.5)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.4	1.4	1.4
S	29	41.4	41.4	42.9
SS	40	57.1	57.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Dari tabel diatas mendapatkan informasi tentang Saya lebih paham dengan bantuan Gerakan tubuh dari Tour Leader saat praktek pelaksanaan umrah. Dari 70 responden dengan 6 pertanyaan dapat diketahui bahwa responden sangat setuju mendapatkan jawaban sebanyak 40 orang atau 57,1%. Responden setuju sebanyak 29 orang atau 41,4% sedangkan responden tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4%. Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa responden yang paling banyak berjumlah 40 orang dengan jawaban sangat setuju

sedangkan responden yang paling sedikit dengan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4%.

Tabel 4. 14 Tour Leader membantu saya memahami pelaksanaan ibadah umrah dengan praktek dilapangan dan Gerakan tubuh yang mudah diikuti (X2.6)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	3	4.3	4.3	4.3
S	14	20.0	20.0	24.3
SS	53	75.7	75.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Dari tabel diatas mendapatkan informasi tentang Tour Leader membantu saya memahami pelaksanaan ibadah umrah dengan praktek dilapangan dan Gerakan tubuh yang mudah diikuti. Dari 70 responden dengan 6 pertanyaan dapat diketahui bahwa responden sangat setuju mendapatkan jawaban sebanyak 53 orang atau 75,7%. Responden setuju sebanyak 14 orang atau 20,0% sedangkan responden netral sebanyak 3 orang atau 4,3%. Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa responden yang paling banyak dengan jawaban sangat setuju berjumlah 53 orang atau 57,7% sedangkan responden paling sedikit adalah netral dengan jumlah 3 orang atau 4,3%..

b. Tabel Frekuensi Jawaban Responden Tentang Kepuasan (Y)

peneliti telah Menyusun 6 pertanyaan tentang kepuasan yang harus diisi oleh responden. Setiap jawaban dari responden memiliki skor nilai dari penelitian. Berikut ini adalah tabel-tabel frekuensi

jawaban dan responden tentang komunikasi verbal yang telah diuji menggunakan SPSS versi 20.

Tabel 4. 15 Tour leader menjaga hubungan yang baik dengan jamaah. (Y.1)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	1	1.4	1.4	1.4
TS	1	1.4	1.4	2.9
N	8	11.4	11.4	14.3
S	34	48.6	48.6	62.9
SS	26	37.1	37.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Dari tabel diatas mendapatkan informasi tentang *Tour leader* menjaga hubungan yang baik dengan jamaah, Dari 70 responden dengan 6 pertanyaan dapat diketahui bahwa responden sangat setuju mendapatkan jawaban sebanyak 26 orang atau 37,1%. Responden setuju sebanyak 34 atau 48,6%. Responden netral sebanyak 8 orang atau 11,4%. Responden dengan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4 sedangkan responden yang tidak di isi oleh jamaah sebanyak 1 orang atau 1,4%. Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah setuju dengan jumlah 48,6% sedangkan responden yang paling sedikit ada dua responden yaitu tidak setuju dengan jumlah 1 orang dan responden yang tidak memberikan jawaban di kuesioner 1 orang atau 1,4%.

Tabel 4. 16 Tour leader memberikan pelayanan dengan komunikasi yang baik (Y.2)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	STS	2	2.9	2.9	2.9
	TS	3	4.3	4.3	7.1
	N	6	8.6	8.6	15.7
	S	40	57.1	57.1	72.9
	SS	19	27.1	27.1	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

Dari tabel diatas mendapatkan informasi tentang Tour Leader memberikan pelayanan dengan komunikasi yang baik. Dari 70 responden dengan 6 pertanyaan dapat diketahui bahwa responden sangat setuju mendapatkan jawaban sebanyak 19 orang atau 27,1%. Responden setuju sebanyak 40 orang atau 57,1%. Responden netral sebanyak 6 orang atau 8,6%. Responden tidak setuju sebanyak 3 orang atau 4,3% dan responden dengan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,9%. Dari tabel diatas dan penjelasan bisa disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah setuju dengan jumlah 40 orang atau 57,1% sedangkan responden yang paling sedikit adalah sangat tidak setuju dengan jumlah 2 orang atau 2,9%.

Tabel 4. 17 Saya senang Tour Leader selalu menyeimbangkan setiap pembicaraan (Y.3)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.4	1.4
	N	3	4.3	5.7
	S	32	45.7	51.4
	SS	34	48.6	100.0
	Total	70	100.0	100.0

Dari tabel diatas mendapatkan informasi tentang Saya senang Tour Leader selalu menyeimbangkan

setiap pembicaraan. Dari 70 responden dengan 6 pertanyaan dapat diketahui bahwa responden sangat setuju mendapatkan jawaban sebanyak 34 orang atau 48,6% . responden setuju sebanyak 32 orang atau 45.7%. responden netral sebanyak 3 orang atau 4,3% sedangkan dengan responden tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4%. Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah sangat setuju dengan jawaban sebanyak 34 orang sedangkan responden yang paling sedikit adalah tidak setuju dengan jumlah 1 orang atau 1,4%.

Tabel 4. 18 Saya suka Annamiroh Travelinndo memberikan jaminan terhadap jamaah (Y.4)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
N	4	5.7	5.7	5.7
S	24	34.3	34.3	40.0
SS	42	60.0	60.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Dari tabel diatas mendapatkan informasi tentang Saya suka Annamiroh Travelinndo memberikan jaminan terhadap jamaah. Dari 70 responden dengan 6 pertanyaan dapat diketahui bahwa responden sangat setuju mendapatkan jawaban sebanyak 42 orang atau 60,0%. Responden setuju sebanyak 24 orang atau 34,3%. Responden netral sebanyak 4 orang atau 5,7%. Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah sangat setuju dengan jumlah 42 orang atau 60,0% sedangkan responden yang paling sedikit adalah netral dengan jumlah jawaban sebanyak 4 orang atau 5,7%.

Tabel 4. 19 Saya ingin berkunjung kembali ke Annamiroh untuk melakukan ibadah umrah (Y.5)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.4	1.4	1.4
N	7	10.0	10.0	11.4
S	40	57.1	57.1	68.6
SS	21	30.0	30.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dengan informasi Saya ingin berkunjung Kembali ke Annamiroh untuk melakukan ibadah umrah. Dari 70 responden dengan 6 pertanyaan dapat diketahui bahwa responden sangat setuju mendapatkan jawaban sebanyak 21 orang atau 30,0% sedangkan responden setuju sebanyak 40 orang atau 57,1%. Responden dengan jawaban netral sebanyak 7 orang atau 10,0% sedangkan responden tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4%. Dari penjelasan dan tabel diatas bisa diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah setuju dengan jumlah 40 orang atau 57,1% sedangkan responden yang paling rendah adalah tidak setuju dengan jumlah 1 orang atau 1,4%.

Tabel 4. 20 Saya senang terhadap Tour Leader saat menyampaikan informasi sehingga membuat ingin berkunjung kembali (Y.6)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	4.3	4.3	4.3
N	8	11.4	11.4	15.7
S	52	74.3	74.3	90.0
SS	7	10.0	10.0	100.0

Total	70	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

Dari tabel diatas dengan informasi saya senang terhadap Tour Leader saat menyampaikan informasi sehingga membuat ingin berkunjung kembali Dari 70 responden dengan 6 pertanyaan dapat diketahui bahwa responden sangat setuju mendapatkan jawaban sebanyak 7 orang atau 10,0%. Responden setuju sebanyak 52 orang atau 74,3%. Responden netral sebanyak 8 orang sedangkan responden tidak setuju sebanyak 3 orang atau 4,3%. Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah setuju dengan jumlah 52 orang atau 74,3% sedangkan responden yang paling rendah adalah jawaban tidak setuju dengan jumlah sebanyak 3 orang atau 4,3%.

d) Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas. Berikut ini adalah hasil uji asumsi klasik yang telah diuji menggunakan SPSS versi 20.

a. Uji Normalitas.

Uji distribusi normalitas atau bisa dikenal dengan uji normalitas yang bisa digunakan untuk mengukur apakah data yang didapatkan berdistribusi normal atau tidak.⁴² Uji normalitas memiliki tujuan untuk melihat data termasuk normal distribution. Uji normalitas yang dilakukan adalah uji kolmogorov-smirnov test dengan taraf signifikan $>0,05$. Berikut tabel hasil uji normalitas.

⁴² Nisrina Haniah, "Uji Normalitas Dengan Metode Liliefors" (2013): 17, 2.

Tabel 4. 21 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters	Mean	0E-7
A ^b	Std. Deviation	1.41658836
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.065
	Negative	-.097
Kolmogorov-Smirnov Z		.810
Asymp. Sig. (2-tailed)		.528

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Analisis di atas disimpulkan, bahwa hasil uji normalitas memiliki signifikan variabel adalah $0,528 > 0,05$. Jadi, variabel komunikasi verbal, variabel komunikasi nonverbal dan variabel kepuasan termasuk berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas.

Uji multikolinieritas merupakan pengujian yang berguna untuk melihat hubungan pola regresi variabel independen. Analisis ini menggunakan VIF dan tolerance yang berguna memperlihatkan multikolinieritas dalam uji regresi. Jika regresi variabel independen memiliki $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,10$ dinyatakan terhindar dari multikolinieritas, berikut ini adalah hasilnya.

Coefficients

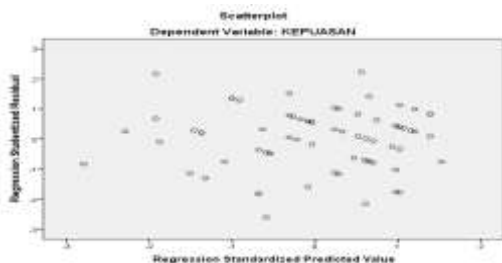
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KOMUNIKASI VERBAL	1.000	1.000
	KOMUNIKASI NONVERBAL	1.000	1.000

Analisis diatas dapat disimpulkan, bahwa variabel komunikasi verbal mendapatkan nilai tolerance $1,000 >$ dan VIF $1,000 < 10$. Hal tersebut dapat dikatakan variabel indenpenden tidak memiliki gejala multikolinearitas.

c. Uji Heterokedatitas.

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu ujian asumsi klasik yang harus dipenuhi. Tujuan pengujian heterokedatitas untuk mengetahui apakah terjadi bias atau tidak dalam suatu analisis model regresi. Terdapat dua cara untuk melihat atau tidaknya gejala heteroskedastisitas pada suatu model regresi yaitu yang pertama melihat grafik *scatterplot* dan yang kedua melihat nilai prediksi variabel terikat (SRESID) dengan residual error (ZPRED). Sedangkan peneliti menggunakan metode grafik *scatterplot*. Jika dalam hasil tidak membentuk gambar atau titik-titik tersebut jauh dari angka nol dan berada di bawah maupun atas angka nol, maka dinyatakan tidak ada gejala heteroskedatitas. Penelitian menggunakan SPSS ver 20.⁴³

Gambar 4. 1 Hasil uji heteroskedatitas



⁴³ I. Wayan Widana and Ni Putu Lia Muliani, "Uji Persyaratan Analisis" (Klik Media, 2020).

Hasil gambar scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik-titik yang tersebar menjauh dari angka 0 dan titiknya tidak membentuk sebuah gambar. Jadi, hal tersebut menjawab asumsi klasik pada uji regresi. Hasilnya tidak adanya heteroskedastisitas. Selain Scatterplot, juga ada uji gletsjer. Uji glejser guna untuk uji heteroskedastisitas. Tujuan uji gletjeh dapat memperkuat suatu penelitian. Uji gletjer untuk mengetahui uji heteroskedastisitas dengan menguji regresi pada hasil Abs_Res (Absolut Residual) dari variabel bebas. Jika nilai probabilitas sig $>0,05$ maka tidak adanya heteroskedasitas.

Tabel 4. 22 Hasil uji heteroskedatitas gletjer

Variabel	Sig	Keterangan
Komunikasi verbal	0, 649	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Komunikasi nonverbal	0,752	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Tabel diatas menunjukkan, bahwa hasil nilai uji heteroskedatitas glejter guna memperkuat tidak adanya heteroskedatitas. Variabel komunikasi verbal memiliki nilai sig 0,649 $>0,05$. Sedangkan komunikasi nonverbal 0,754 $>0,05$. Jadi, model regresi yang digunakan peneliti tidak ada gejala heteroskedastisitas dan bisa digunakan sebagai uji selanjutnya.

1. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda diperlukan untuk uji korelasi antara beberapa variabel secara linier. Dimana yang mampu memprediksi skor variabel dependen dari dasar variabel independen. Dibawah ini adalah nilai regresi linier berganda.

a) Descriptive Statistics

Tabel 4. 23 Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
KOMUNIKASI VERBAL	70	24.46	2.406
KOMUNIKASI NONVERBAL	70	27.30	1.883
KEPUASAN	70	25.29	1.795
Valid N (listwise)	70		

Tabel “Descriptive Statistic” menunjukkan hasil dari data rata-rata setiap variabel. Rata-rata komunikasi verbal yaitu 24.46. Rata-rata variabel komunikasi nonverbal yaitu 27.30. Rata-rata variabel kepuasan yaitu 25,29. Sedangkan, simpangan baku komunikasi verbal 2,406, simpang baku komunikasi nonverbal 1,883 sedangkan simpang baku kepuasan yaitu 1,795.

b) Correlations

Korelasi pearson (korelasi product moment) guna untuk melakukan pengujian hipotesis yang menguji ada atau tidak ada hubungan antara dua variabel. Variabel tersebut berskala rasio/ interval.

1) Signifikan

Tabel 4. 24 hasil uji heteroskedatitas gletjer

No	Variabel X	Kepuasan (Variabel Y)
2	Komunikasi verbal	0,000
3	Komunikasi nonverbal	0,573

Analisis diatas dapat diketahui, bahwa signifikansi dari komunikasi verbal terhadap kepuasan adalah 0,00. Signifikansi komunikasi nonverbal terhadap kepuasan yaitu

0,573. Artinya, komunikasi verbal memiliki nilai signifikan lebih kecil dari nilai *p value* (0,05). Sedangkan komunikasi nonverbal memiliki nilai signifikan yang lebih tinggi dari nilai *p value* yaitu 0,573.

2) Nilai Hubungan Pearson Correlation

Gambar 4. 2 hubungan person correlations



Hasil grafik diatas menyimpulkan bahwa hubungan antara variabel-variabel. Komunikasi verbal dengan kepuasan nilai korelasinya sebesar 0,637. Artinya variabel X1 dengan variabel Memiliki hubungan yang kuat atau tinggi. Sedangkan, komunikasi nonverbal dengan kepuasan yaitu -0,69. Artinya variabel X2 dengan variabel Y memiliki hubungan sangat lemah. Berikut yang dijadikan pedoman kuat atau acuan tinggi atau tidak tinggi suatu hubungan variabel.

Tabel 4. 25 Maka nilai korelasi product moment

Nilai	Makna
0,00-0,19	Sangat rendah/ sangat lemah
0,20-0,39	Rendah/ lemah
0,40-0,59	Sedang
0,60-0,79	Tinggi/ kuat
0,80-1,00	Sangat tinggi/ kuat

c) Variabel Entered/Removed

Tabel 4. 26 Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KOMUNIKASI NONVERBAL, KOMUNIKASI VERBAL	.	Enter

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. All requested variables entered.

Analisis diatas memperlihatkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian masuk pada penguji data.

d) Model Summary

Tabel 4. 27 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	.409	.391	1.400

a. Predictors: (Constant), KOMUNIKASI NONVERBAL, KOMUNIKASI VERBAL

Tabel Model Summary dapat mengetahui bahwa koefisien regresi dari variabel komunikasi verbal dan variabel komunikasi nonverbal terhadap variabel kepuasan adalah 0,640 (sedang). R square sebesar 0,409 menunjukkan bahwa variabel komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal hanya memberikan kontribusi dalam mempengaruhi variabel kepuasan sebesar 0,409% sedangkan sisahnya 50,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

e) Standard Error of Estimate

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
KOMUNIKASI VERBAL	70	24.46	2.406

KOMUNIKASI NONVERBAL KEPUASAN	70	27.30	1.883
Valid N (listwise)	70	25.29	1.795

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	.409	.391	1.400

a. Predictors: (Constant), KOMUNIKASI NONVERBAL, KOMUNIKASI VERBAL

Standard Error of Estimate bernilai 1,400. Nilai ini digunakan untuk mengetahui dari kegunaan uji regresi sebagai predictor sudah berfungsi dengan baik atau belum. Sedangkan, nilai simpang baku sebesar 1,795. Jadi, SEE < simpangan baku. Artinya model regresi penelitian ini diperlukan sebagai prediktor kepuasan.

f) Anova

Tabel 4. 28 Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	90.933	2	45.466	23.191	.000 ^b
Residual	131.353	67	1.960		
Total	222.286	69			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

c. Predictors: (Constant), KOMUNIKASI NONVERBAL, KOMUNIKASI VERBAL

Tabel Anova memperkuat interpretasi bahwa komunikasi verbal (X1), komunikasi nonverbal (X2), dan kepuasan (Y) adalah signifikan. Hal tersebut terlihat dari nilai F yaitu 23,191 dan hasil signifikan yaitu 0,000(<0,05).

Artinya hubungan komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal sangat signifikan terhadap kepuasan.

g) Coefficients

Tabel 4. 29 Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.116	3.019		5.006	.000
KOMUNIKASI VERBAL	.475	.070	.636	6.771	.000
KOMUNIKASI NONVERBAL	-.053	.090	-.055	-.587	.559

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Tabel Coefficient memperlihatkan persamaan garis regresi. Pada dasarnya persamaan uji regresi linier berganda dapat dilakukan dengan rumus.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots$$

$$Y = 15.116 + 0,475(0) - 053(0)$$

Artinya, jika komunikasi verbal ($X_1=0$), komunikasi nonverbal ($X_2=0$), maka kepuasan = 15,116

E. Pengujian Hipotesis

1. Pengaruh komunikasi verbal *Tour Leader* terhadap kepuasan para jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya.

Hasil pengujian regresi pada variabel komunikasi verbal *Tour Leader* terhadap kepuasan jamaah umrah terhadap kepuasan memperlihatkan adanya pengaruh dan signifikan. Hal ini dapat dilihat di tabel “correlations” pada bagian p value (sig) variabel komunikasi verbal. Hipotesisnya yaitu; Hasil p value $>0,05$ yang berarti H_0 diterima (tidak signifikan), jika hasil p value $< 0,05$ berarti H_0 ditolak (signifikan)

HO : tidak adanya pengaruh antara komunikasi verbal terhadap kepuasan.

H1 : Adanya pengaruh antara komunikasi verbal terhadap kepuasan.

Dalam tabel “correlations” mendapatkan nilai p value pada nilai constant sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian komunikasi verbal mendapatkan nilai yang signifikan. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa HO ditolak dan H1 diterima. Hasil tersebut membuktikan bahwa adanya pengaruh antara komunikasi verbal Tour Leader terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya.

2. Pengaruh komunikasi nonverbal *Tour Leader* terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya.

Hasil pengujian regresi pada variabel komunikasi nonverbal terhadap variabel kepuasan memperlihatkan tidak adanya pengaruh dan signifikan. Hal tersebut dapat dilihat tabel “correlations” pada p value (sig) variabel komunikasi nonverbal. Hipotesisnya yaitu;

Hasil p value $> 0,05$ yang berarti HO diterima (tidak signifikan), jika hasil p value $< 0,05$ berarti HO ditolak (signifikan).

HO : tidak adanya pengaruh antara komunikasi verbal terhadap kepuasan.

H1 : Adanya pengaruh antara komunikasi verbal terhadap kepuasan.

Dalam tabel “correlations” mendapatkan nilai p value pada nilai konstanta sebesar $0,573 > 0,05$. Dengan demikian komunikasi nonverbal mendapatkan nilai yang tidak signifikan. Dapat disimpulkan bahwa HO diterima dan H1 ditolak. Hal tersebut dikatakan komunikasi

nonverbal tidak ada pengaruh antara komunikasi nonverbal Tour Leader terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya.

3. Pengaruh komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal Tour Leader terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamioh Travelindo Surabaya.

Hasil pengujian regresi secara simultan dapat dilihat di tabel “Anova” pada bagian p value (sig). hipotesisnya adalah;

HO : tidak adanya pengaruh antara komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal Tour Leader terhadap kepuasan jamaah umrah.

H1 : Adanya pengaruh antara komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal Tour Leader terhadap kepuasan jamaah.

Dalam tabel “Anova” memperoleh nilai signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat 0,000 (p value) <0,05. Artinya signifikan, variabel X1 dan variabel X2 berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan). Maka kesimpulanya H0 ditolak yang berarti komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal Tour Leader berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya.

4. Prediksi tingkat komunikasi verbal dengan komunikasi nonverbal Tour leader dan kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya.

Hasil regresi dapat dilihat di tabel SEE (Standard Error of Estimate) yang bernilai 1,400. Nilai ini digunakan untuk mengetahui dari kegunaan uji regresi sebagai prediktor yang sudah berfungsi dengan baik. sedangkan nilai simpangan baku yaitu sebesar 1,795. Jadi, SEE < simpangan baku. Artinya komunikasi verbal

dan komunikasi nonverbal Tour Leader dapat dijadikan presiksi dalam kepuasan jamaah umrah pada uji regresi.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengaruh komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal Tour Leader terhadap kepuasan jamaah secara simultan.

Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel “*Anova*” yang menyebutkan, bahwa nilai signifikan variabel komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal Tour Leader terhadap kepuasan adalah $p \text{ value } 0,00 < 0,05$. Hal tersebut berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ada pengaruh variabel komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal Tour Leader terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya. Hal tersebut diperkuat dengan penjelasan sebagai berikut;

Komunikasi adalah alternatif berhubungan dengan manusia secara langsung, dimana suatu proses yang bisa digunakan untuk bertukar informasi antar individu secara ucapan maupun simbol. Sehingga komunikasi dibagi menjadi dua bagian yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang disampaikan secara lisan atau tertulis yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak dengan bahasa verbal dan sopan.⁴⁴ komunikasi juga bisa dilakukan dengan bantuan gerakan tubuh dan menunjukkan sikap tertentu seperti tersenyum, mengangkat bahu, rasa senang, dan antusias dalam menampilkan ekspresi yang

⁴⁴ Wariah Waridah, “Berkomunikasi Dengan Bahasa Yang Efektif Dapat Meningkatkan Kerja,,” *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)* 2, no. 2 (October 1, 2016), 233.

disebut dengan komunikasi nonverbal,⁴⁵ pada penelitian yang dilakukan oleh haes, hoos dan lames di tahun 1995 dalam jurnal Eirene tahun 2018 mengatakan bahwa konsumen sangat sensitive dan jeli terhadap komunikasi nonverbal yang disampaikan dikarenakan melibatkan emosi.⁴⁶ Seperti halnya seorang Tour Leader saat memberikan informasi maupun berkomunikasi dengan para jamaah harus menggunakan bahasa verbal yang halus. Dalam Al-Qur'an juga memerintahkan supaya hambanya berlaku adil dalam mengucapkan kata-kata, dimana yang disampaikan oleh Khalid Muhammad dalam jurnal yang ditulis oleh Umar Latif, Ketika seseorang hendak berkata jangan sampai melukai tanpa memperdulikan siapakah orangnya.⁴⁷ Seorang Tour Leader harus mampu berkomunikasi dengan baik untuk memberikan nyaman dan kepuasan terhadap para jamaah, demikian komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Tugas paling penting yang harus dimiliki seorang Tour Leader adalah komunikasi. seperti firman Allah surat Thaha :44 Artinya: Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ingat atau takut.⁴⁸ Dalam

⁴⁵ Johana E. Prawitasari, "Mengenal Emosi Melalui Komunikasi Nonverbal," *Buletin Psikologi* 3, no. 1, 1995, 34.

⁴⁶ Eireine M. Pandoh, Ardiansa AT Tucunan, and Adisti A. Rumayar, "Hubungan Antara Komunikasi Dokter Pasien Dengan Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Siloam Hospitals Manado," *KESMAS* 7, no. 4 (2018), 6.

⁴⁷ Umar Latif, "KOMUNIKASI VERBAL DALAM KOMUNIKASI DAKWAH," *At-Taujih: Bimbingan dan Konseling Islam* 1, no. 2 (2018), 98.

⁴⁸ Irma Yusriani Simamora, "Komunikasi Verbal Dalam Alquran," *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat* 6, no. 1 (2018): 11, 21.

memberikan informasi dengan suara yang lembut, tegas dan juga lebih memperjelas informasi bisa dengan bantuan komunikasi gerakan tubuh, senyuman dan juga tatapan saat berbicara. Sehingga demikian memiliki hubungan signifikan bahwa komunikasi verbal dan nonverbal Tour Leader berhubungan terhadap kepuasan.

b. Pengaruh komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal terhadap kepuasan jamaah umrah secara persial.

1. Nilai hubungan antara komunikasi verbal terhadap kepuasan.

Tabel “Correlations” menunjukkan data tentang komunikasi verbal Tour Leader terhadap kepuasan jamaah umrah. nilai hasil korelasi dari komunikasi verbal dengan kepuasan adalah 0,637. Sedangkan p value memiliki nilai $0,00 < 0,05$. Dengan itu, variabel komunikasi verbal memiliki hubungan yang tinggi terhadap kepuasan. Komunikasi verbal juga memiliki nilai signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya. Ada Pula teori yang mendukung pernyataan diatas yaitu;

Komunikasi verbal merupakan aspek yang penting yang harus dimiliki oleh seorang Tour Leader, dikarenakan hampir keseluruhan tugasnya bersangkutan dengan komunikasi. seperti saat menyampaikan informasi ke jamaah, mencari hotel dan juga akomodasi di Baitullah. Pesan yang disampaikan menggunakan bahasa verbal berfungsi untuk memproduksi makna yang komunikatif,

terlebih lagi apabila Tour Leader saat menyampaikan informasi seperti bimbingan manasik umrah, menunjukkan aturan-aturan saat melaksanakan ibadah umrah dan juga doa kerohanian menggunakan komunikasi verbal yang bagus maka akan memberikan nilai positif terhadap sudut pandang jamaah dan merasa puas atas respon yang diberikan oleh Tour Leader.

Pada hasil dari SPSS, komunikasi verbal berpengaruh terhadap kepuasan jamaah yang sebesar 0,637%. Selain itu, selisih persentase pengaruh 0,363% dimiliki variabel lain. Dengan demikian komunikasi verbal Tour Leader berpengaruh kuat terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo. Dikarnakan komunikasi verbal sangat penting dikarnakan dapat menyampaikan argument dari setiap individual. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rostina tahun 2017 pada penelitian agus tahun 2019 bahwa komunikasi signifikan terhadap kepuasan karna menjadin informasi dengan dua individual yang saling mengekspresikan, saling memahami dan mengerti sehingga kepuasan dapat berkomunikasi berjalan dengan baik.⁴⁹

2. Nilai hubungan komunikasi nonverbal Tour Leader terhadap kepuasan jamaah umrah.

⁴⁹ Epsilandri Septyarini and Agus Dwi Cahya, "Kepuasan Mahasiswa Dalam Pembelajaran Online Di Tengah Pandemi Dengan Pengaruh Penguasaan Teknologi Dan Kemampuan Komunikasi Verbal," *INOVASI* 17, no. 2 (2021): 213.

Tabel “Correlations” menunjukkan data tentang korelasi antara komunikasi nonverbal terhadap kepuasan jamaah. Hasil korelasi dari komunikasi nonverbal terhadap kepuasan adalah 0,573 sedangkan nilai p value memiliki nilai 0,069 > 0,00. Dengan itu variabel komunikasi bernilai hubungan yang lemah. Variabel komunikasi nonverbal juga tidak bernilai signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya. Ada Pula teori yang mendukung pernyataan diatas yaitu;

Dalam sebuah Travel Haji dan umrah pasti akan menyediakan Tour leader, seorang Tour Leader memiliki tanggung jawab yang besar terhadap rombongan jamaah umrah, salah satunya memberikan arahan dan pemahaman terhadap pelaksanaan ibadah umrah. Dimana jamaah yang mayoritas berusia sekitar 40 ke atas sehingga membutuhkan bantuan ekstra supaya jamaah memahami pelaksanaan ibadah umrah. sebagai akibatnya jamaah akan mencari bahasa isyarat yang bisa dipahami untuk mengetahui apa yang disampaikan oleh Tour Leader seperti memberikan bantuan komunikasi verbal seperti contoh pelaksanaan thawaf, sai’I dan lempar jumrah. Apabila jamaah merasa paham secara lahir jamaah akan merasa diperhatikan dan merasa puas juga terhadap perilaku Tour leader.⁵⁰

⁵⁰Pandoh, Tucunan, and Rumayar, “Hubungan Antara Komunikasi Dokter Pasien Dengan Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Siloam Hospitals Manado.”

Pada hasil dari SPSS, komunikasi nonverbal tidak berpengaruh terhadap kepuasan jamaah yang besarnya 0,069. Selain itu, selisih preestance pengaruh 0,031% dimiliki variabel lain. Dengan demikian, komunikasi nonverbal tidak memiliki pengaruh atau memiliki hubungan yang lemah terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh. dengan teori dikarnakan Ketika penyampaian informasi melalui ekspresi terlalu menggunakan kalimat ehh atau emhhh sehingga membuat informasi yang disampaikan kurang jelas. Teori yang diberikan oleh widuri tahun 2015 oleh efri yunita tahun 2011 menyatakan bahwa ekspresi akan mendukung komunikasi dengan baik, Ketika tour leader menyampaikan informasi dengan ekspresi yang tidak sesuai maka para jamaah akan merasa tidak nyaman atau tidak puas.⁵¹

3. Nilai hubungan tertinggi atau paling dominan antara komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal tour leader terhadap kepuasan. Hasil penelitian ini dapatt dilihat pada tabel “Correlations” yang menunjukan data mengenai hubungan antara variabel komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Nilai hubungan komunikasi verbal sebesar 0,637% dan nilai p value (sig) bernilai $0,000 < 0,5$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel komunikasi verbal memiliki hubungan yang kuat atau tinggi terhadap

⁵¹ Efri Yunita and Desriyenni Desriyenni, “Tingkat Kepuasan Pemustaka Terhadap Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Pustakawan Di Perpustakaan Universitas Negeri Padang,” *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi* 5, no. 1, 2011, 45.

kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya. Sedangkan nilai hubungan komunikasi nonverbal terhadap kepuasan sebesar 0,637 dan nilai p value (sig) bernilai 0,537 >0,05. Dari hasil analisis diatas, dikatakan bahwa komunikasi nonverbal memiliki hubungan yang rendah terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya.

Dari pernyataan diatas, diperjelas dalam tabel kekuatan hubungan yang memperlihatkan hubungan antar variabel. Dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan dalam tingkat hubungan dengan kepuasan adalah komunikasi verbal. Komunikasi verbal memiliki pengaruh sebesar 67% terhadap kepuasaan jamaah umrah, karna Tour Leader selalu menjaga komunikasi dengan bahasa yang halus dan verbal, terlebih lagi saat menjelaskan informasi terkait ibadah umrah, menyampaikan informasi sangat detail dan bisa dimengerti sehingga para jamaah merasa puas. sehingga memiliki tingkat pengaruh 67% jumlah sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Jadi, komunikasi verbal memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya.

- c. Prediksi komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal terhadap kepuasan jamaah umah di Annamiroh Travelindo Surabaya.

Standard Error of Estimate (SEE) pada hasil pengujian regresi terdapat pada tabel “model Summary” yang memiliki nilai 1,400. Nilai

tersebut berfungsi secara maksimal dan dijadikan sebagai prediktor, jika besarnya SEE lebih besar dari simpang baku ($1,400 < 1,795$). Pada penelitian ini hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa nilai SEE lebih besar dari simpang baku. Adapun teori yang mendukung pernyataan diatas yaitu;

Seorang tour leader memiliki pengaruh penting dalam pelaksanaan ibadah umrah, dikarnakan menjadi pendoman dalam proses pelaksanaan ibadah. Sehingga menjadi tour leader harus mampu bersosialisasi atau memiliki kemampuan untuk membangun Kerjasama, solidaritas, empati dan lebih pentin juga memiliki kemampuan komunikatif. Berkomunikasi dalam menyampaikan petunjuk dengan bahasa yang mudah dipahami, serta berkomunikasi dengan pihak asing dalam bahasa mereka.⁵² Maka dari itu dibutuhkan kemampuan komunikasi verbal dan nonverbal.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

⁵² Aang Ridwan, Ariq Ramlan, and Fauzidan Fauzidan, "Komunikasi Dan Penyiaran Islam Dalam Perjalanan Haji Dan Umrah," *Mabrur: Journal of Hajj and Umra* 1, no. 1 (2022) 53.

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan penjabaran mengenai komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal tour leader terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya mendapatkan kesimpulan, yaitu;

1. Pengaruh komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal tour leader terhadap kepuasan jamaah umrah secara simultan dan parsial.
 - a. Pengaruh komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal terhadap kepuasan jamaah secara simultan.

Hasil penelitian bisa dilihat pada tabel “Anova” yang menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal terhadap variabel kepuasan adalah p value $0,00 < 0,05$. Hal tersebut memberi kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Diartikan bahwa ada pengaruh variabel komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal *tour leader* terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya.

- b. Pengaruh komunikasi verbal dan nonverbal tour leader terhadap kepuasan jamaah secara parsial.
 - Pengaruh komunikasi verbal terhadap kepuasan jamaah
Pengaruh dari variabel komunikasi verbal terhadap kepuasan jamaah memperoleh hasil p value sebesar $0,00 < 0,05$. Hal tersebut dibuktikan dengan melihat tabel “Correlations”

yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan memiliki nilai yang signifikan. Dari penjelasan diatas dan analisis dapat disimpulkan, bahwa komunikasi verbal *tour leader* berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya.

- Nilai hubungan komunikasi nonverbal terhadap kepuasan jamaah umrah.

Nilai hubungan komunikasi verbal dengan kepuasan bisa dilihat pada tabel “Correlations” dimana yang menunjukkan hasilnya adalah 0,069. Sedangkan p value memiliki nilai $0,573 > 0,05$. Dengan itu, variabel komunikasi nonverbal bernilai lemah terhadap kepuasan. Variabel komunikasi verbal *tour leader* juga tidak signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya.

2. Nilai hubungan antara komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal terhadap kepuasan secara simultan dan Parsial.
 - a. Nilai hubungan antara komunikasi verbal dan nonverbal terhadap kepuasan secara simultan.

Nilai hubungan dapat dilihat pada tabel “Model Summary” pada bagian R. Nilai hubungan tersebut memperlihatkan, bahwa komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal mendapatkan nilai sebesar 0,640 . nilai tersebut memperlihatkan hubungan yang kuat. Hal ini dikarenakan seluruh responden yang mengisi kuesioner adalah jamaah umrah Annamiroh Travelindo. Komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal merupakan faktor

peningkatan dalam rasa kepuasan jamaah umrah. oleh karena itu, variabel komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal tidak akan jauh dalam mempengaruhi kepuasan jamaah dikarenakan memiliki nilai kontribusi sejumlah 0,640%.

- b. Nilai hubungan antara komunikasi verbal dan non verbal tour leader terhadap kepuasan jamaah umrah.
 - Nilai hubungan antara komunikasi verbal terhadap kepuasan jamaah.

Nilai hubungan dapat dilihat pada tabel “*Correlations*” menunjukkan data terkait korelasi antara komunikasi verbal dengan kepuasan. Nilai hasil korelasi antara komunikasi verbal dengan kepuasan adalah 0,637. Sedangkan p value memiliki nilai $0,00 < 0,05$, dengan itu variabel komunikasi verbal memiliki hubungan yang tinggi dan juga memiliki nilai yang signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah di Annamiroh Travelindo Surabaya.

- Nilai hubungan komunikasi nonverbal terhadap kepuasan jamaah umrah.

Nilai hubungan komunikasi verbal terhadap kepuasan bisa dilihat pada tabel “*Correlations*” dimana yang menunjukkan nilai sebesar 0,069 dengan nilai p value (sig) sebesar $0,573 > 0,05$. Dengan itu, variabel komunikasi nonverbal tour leader memiliki hubungan yang rendah dan bernilai tidak signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah.

3. Nilai hubungan tertinggi atau terdomina antara komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal tour leader terhadap kepuasan jamaah umrah.

Berdasarkan pada tabel “Correlations” yang menunjukkan data terkait variabel yang paling tinggi terhadap variabel kepuasan. Variabel komunikasi verbal memiliki nilai hubungan dan p value masing-masing sebesar 0,637 dan 0,00 yang bermakna hubungannya kuat atau tinggi. Sedangkan komunikasi nonverbal memiliki nilai signifikan dan nilai hubungan sebesar 0,573 >0,05 dan 0,069 yang menunjukkan memiliki nilai hubungan yang rendah terhadap kepuasan. Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan terhadap kepuasan adalah komunikasi verbal tour leader.

4. Prediksi komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal tour leader terhadap kepuasan jamaah.

Berdasarkan tabel “Model Summary” memperoleh hasil dari *Standard Error of Estimate* (SEE) pada hasil uji regresi yang bernilai 1,400. Nilai tersebut dijadikan sebagai prediktor dan memiliki fungsi secara baik. jika nilai lebih rendah SEE dari simpang baku. Nilai simpang baku memperoleh sebesar 1,795 ($1,44 < 1,795$). Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal dapat dijadikan prediksi peningkatan kepuasan jamaah pada uji regresi.

B. Saran

Beberapa saran dari peneliti sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya untuk menemukan variabel baru atau menambahkan variabel baru yang dapat memprediksi adanya pengaruh terhadap kepuasan para jamaah, terlebih lagi pada variabel komunikasi nonverbal.

2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mencari permasalahan dan objek yang sesuai, agar hasil dari peneliti lebih menarik untuk diuji.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengambil responden yang lebih banyak, kalau bisa mengambil beberapa kepulungan dari jamaah umrah dimana yang melebihi dari 70 responden. Hal tersebut agar hasil penelitian mampu menjelaskan atau mendekati keadaan yang sebenarnya.
4. Bagi Travel Annamiroh Travelindo, disarankan meningkatkan kualitas pelayanan. Terlebih lagi di bagian bidang komunikasi, baik komunikasi verbal maupun nonverbal saat melakukan komunikasi secara individual.

C. KETERBATASAN PENELITIAN

Pada penelitian ini, masih terdapat kelemahan dan keterbatasan. Dalam peneliti ini menggunakan prosedur ilmiah namun masih belum sempurna. Dikarenakan dalam penelitian sebelumnya jarang yang melakukan penelitian tentang komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal berpengaruh terhadap kepuasan jamaah umrah. ada beberapa yang melakukan penelitian terkait komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal namun jarang yang melakukan penelitian dengan objek jamaah umrah. sehingga teori yang didapatkan tidak terlalu banyak. Selain itu, ada beberapa responden yang tidak merespon atau mengisi data kuesioner penelitian. Hal tersebut di karnakan banyak jamaah umrah yang sudah lanjut usia sehingga tidak bisa membaca atau sudah mengalami kesulitan dalam melihat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agius Widarjono. “Ekonometrika : Teori dan aplikasi untuk ekonomi dan bisnis, uji multikolinieritas dan perbaikan.” 2005 ekonisia. fakultas ekonomi uii (n.d.): 11.
- Azhari, Muhamad Iqbal, Dahlan Fanani, and M. Kholid Mawardi. “Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan KFC Kawi Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 28, no. 1 (2015).
- BASUKI, AGUS TRI. “Uji Multikolinieritas Dan Perbaikan Multikolinieritas” universitas muhammadiyah yogyakarta (n.d.).
- Cut Alma, Nuraflah, Luthfi Muhammad, and Iwanda Muya Syaroh. “Komunikasi Verbal Dan Nonverbal.” Enam Media, 2019.
- Dewi, Putu Dina Aristya, and I. GNA Suaryana. “Pengaruh EPS, DER, Dan PBV Terhadap Harga Saham.” *E-Jurnal Akuntansi* 4, no. 1 (2013): 215–229.
- Dinata, Sofyan Cahya. “implikasi pendidikan Qs Al- Maidah ayat 87-88 Tentang Halal dan Haram Terhadap Bermuamalah dalam(Mencari Rezeki).” *Prosiding Pendidikan Agama Islam* (2015): 1–7.
- Duli, Engelbertus Ola. “Komunikasi Nonverbal Anak Autis Di Sekolah Luar Biasa (Slb) Pembina Provinsi Kalimantan

Timur Di Kota Samarinda.” *eJurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2015): 311–32.

Fatnilla, Vella, and Muhammad Sufyan Abdurrahman. “Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Go-jek (studi Kuantitatif Pada Mahasiswa/i Institut Teknologi Bandung).” *eProceedings of Management* 6, no. 1 (April 1, 2019).

Haniah, Nisrina. “Uji Normalitas Dengan Metode Liliefors” (2013): 17.

Indah, Yuni Rosa, and Sri Suryoko. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Pengiriman Barang Kantor Pos Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 6, no. 3 (2017): 523–533.

Islami, Vina. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus: Klinik Palapa Dentis JAKarta Selatan).” *Jurnal Perspektif* 16, no. 2 (2018): 113–117.

Janna, Nilda Miftahul, and H. Herianto. “Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS.” Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar, Indonesia (2021).

Kemenag, SIMPU-, and PT AN NAMIROH TRAVELINDO. “PT. AN NAMIROH TRAVELINDO.” *PT. AN NAMIROH TRAVELINDO*. Accessed December 9, 2022.
<https://umrahcerdas.kemenag.go.id/home/detail/830>.

- Kristiyani, Iin. "Pengaruh Komunikasi Non Verbal Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi* 12, no. 1 (2012).
- Kurniati, Desak Putu Yuli. "Modul Komunikasi Verbal Dan Non Verbal." *Univ Udayana Fak Kedokt Universitas Udayana. Program Studi Kesehatan Masyarakat Fakultas Kedokteran*, (2016).
- Latif, Umar. "komunikasi verbal dan komunikasi dakwah." *At-Taujih: Bimbingan dan Konseling Islam* 1, no. 2 (2018).
- manila, sunandar sakria. "Survei Minat Belajar Siswa Dalam Mengikuti Pembelajaran Pendidikan Jasmani Di SMP 30 Makassar." PhD Thesis, Universitas negeri Makassar, 2020.
- Mokodompit, Franky Ramli. "Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Efektivitas Kinerja Pada PT. Radio Memora Anoa Indah." *Acta Diurna Komunikasi* 2, no. 2 (2013).
- Mulyani, Wini. "Implementasi komunikasi verbal dan non verbal dalam proses menghafal juz amma pada pendidikan anak usia dini di bait Qur'any Ciputat." 2011. jurusan komunikasi dan penyiaran islam fakultas dakwah dan komunikasi universitas syarif Hidayatullah (March 1, 2012).
- Mustafa, Muhammad Bisri, Siti Wuryan, and Feni Meilani. "Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Pustakawan Dan Pemustakawan Dalam Persepektif Komunikasi Islam."

At-tanzir: jurnal ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran islam vol 12, no. no 1. 22-36 (June 29, 2021): 22–36.

Nasrum, Akbar. “Uji Normalitas Data Untuk Penelitian.” *Jayapangus Press Books* (February 28, 2018): i–117.

Nasution, Sangkot. “VARIABEL PENELITIAN.” *JURNAL RAUDHAH* 5, no. 2 (November 10, 2017).

Nugroho, Untung. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Pendidikan Jasmani*. Penerbit CV. Sarnu Untung, 2018.

Pandoh, Eireine M., Ardiansa AT Tucunan, and Adisti A. Rumayar. “Hubungan Antara Komunikasi Dokter Pasien Dengan Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Siloam Hospitals Manado.” *KESMAS* 7, no. 4 (2018).

Purwadi, Purwadi, Puji Sari Ramadhan, and Nurdiyanti Safitri. “Penerapan Data Mining Untuk Mengestimasi Laju Pertumbuhan Penduduk Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Pada BPS Deli Serdang.” *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika dan Komputer)* 18, no. 1 (February 22, 2019): 55–61.

Purwanto, Dody, and Titik Anggraeni. “Intisari Hubungan Komunikasi Verbal Dan Nonverbal Perawat Dengan Tingkat Kepuasan Pasien Di Instalasi Rawat Inap RSUD Kabupaten Sragen.” *Jurnal Ilmu Keperawatan Indonesia (JIKI)* 7, no. 2 (2014).

Qamarina, Nur, Tri Purnama Sari, and Indra Bayu Kusuma. “Hubungan Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Terhadap Kepuasan Pasien BPJS Pada Pelayanan

Tempat Pendaftaran Pasien Rawat Jalan (TPPRJ) Di Unit Pelayanan Teknis (UPT) Puskesmas Pambang Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.” *Jurnal Rekam Medis (Medical Record Journal)* 1, no. 2 (2021): 171–182.

Rahman, Aan. “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Yudha Swalayan Jakarta.” *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer)* 4, no. 2 (2019): 257–264.

Ridwan, Aang, Ariq Ramlan, and Fauzidan Fauzidan. “Komunikasi Dan Penyiaran Islam Dalam Perjalanan Haji Dan Umrah.” *Mabrur: Journal of Hajj and Umra* 1, no. 1 (2022).

Saputro, Sunu. “Peranan Tour Leader pada Biro Perjalanan Wisata CV. Bimo Krisno Tour & Travel” (January 21, 2014).

Septyarini, Epsilandri, and Agus Dwi Cahya. “Kepuasan Mahasiswa Dalam Pembelajaran Online Di Tengah Pandemi Dengan Pengaruh Penguasaan Teknologi Dan Kemampuan Komunikasi Verbal.” *INOVASI* 17, no. 2 (2021): 211–216.

Talika, Febi Trafena. “Manfaat Internet Sebagai Media Komunikasi Bagi Remaja Di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halmahera Selatan.” *Acta Diurna Komunikasi* 5, no. 1 (2016).

unida.gontor.com. “Ayat al Quran Tentang Kepuasan - Penelusuran Google.”

- Walukow, Agnes Ligia Pratisitia, and Lisbeth Mananeke. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2, no. 3 (2014).
- Waridah, Waridah. "Berkomunikasi Dengan Bahasa Yang Efektif Dapat Meningkatkan Kerja." *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)* 2, no. 2 (October 1, 2016).
- Widana, I. Wayan, and Ni Putu Lia Muliani. "Uji Persyaratan Analisis." *Klik Media*, 2020.
- Widyanto, Alfian, and Edriana Pangesti. *Pengaruh E-WOM Di Instagram Terhadap Minat Berkunjung Dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Hawaii Waterpark Malang)*. Brawijaya University, 2017.
- Yunita, Efri, and Desriyenni Desriyenni. "Tingkat Kepuasan Pemustaka Terhadap Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Pustakawan Di Perpustakaan Universitas Negeri Padang." *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi* 5, no. 1 (2021): 47–55.
- "Al-Qur'an Surat Luqman Ayat Ke-18." *Merdeka.Com*. Accessed October 6, 2022. <https://www.merdeka.com/quran/luqman/ayat-18>.

“Surat An-Nisa Ayat 63 Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir |
Baca Di TafsirWeb.” Accessed October 6, 2022.
<https://tafsirweb.com/1595-surat-an-nisa-ayat-63.html>.



U
S U R A B A Y A

PEL