https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom E-ISSN: 3032-1190
Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM) Juli 2026, Vol.04, No.02, Hal:452 – 457

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA WISATA PERAHU KALIMAS SURABAYA

**[1]Dicky febrian, [2]Moh. Dey Prayogo, [3]Jupriono**
[1,2,3]Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
dickyfebrian060@gmail.com

**Abstrak**
Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kualitas pelayanan komunikasi interpersonal dalam membentuk kepuasan wisatawan pada Wisata Perahu Kalimas Surabaya. Permasalahan penelitian berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif dan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Wisata Perahu Kalimas Surabaya, sedangkan sampel ditetapkan sebanyak 100 responden melalui teknik nonprobability sampling jenis accidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert, observasi, dan studi pustaka, kemudian dianalisis menggunakan SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan regresi linear sederhana. Kualitas pelayanan komunikasi interpersonal diukur melalui indikator respect, empathy, audible, clarity, dan humble, sedangkan kepuasan wisatawan diukur melalui kesesuaian pelayanan dengan harapan, rasa puas, kenyamanan, dan penilaian keseluruhan. Hasil kajian menunjukkan bahwa komunikasi pelayanan yang sopan, empatik, jelas, mudah dipahami, dan rendah hati berperan penting dalam membentuk pengalaman wisata yang positif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan komunikasi interpersonal menjadi aspek penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan pada destinasi wisata perkotaan.
**Kata kunci:** kualitas pelayanan, komunikasi interpersonal, kepuasan wisatawan, Perahu Kalimas, pariwisata perkotaan

***Abstract***
*This study is motivated by the importance of interpersonal communication service quality in shaping tourist satisfaction at Kalimas Boat Tourism Surabaya. The research problem focuses on the influence of interpersonal communication service quality on tourist satisfaction. This study applies a quantitative approach with an explanatory research type and a survey method. The population consists of all tourists visiting Kalimas Boat Tourism Surabaya, while the sample includes 100 respondents selected through nonprobability sampling using an accidental sampling technique. Data are collected through a Likert-scale questionnaire, observation, and literature study, then analyzed using SPSS through validity testing, reliability testing, classical assumption testing, and simple linear regression. Interpersonal communication service quality is measured through the indicators of respect, empathy, audible, clarity, and humble, while tourist satisfaction is measured through service conformity with expectations, satisfaction with service, comfort or positive feelings, and overall assessment. The study indicates that polite, empathetic, clear, understandable, and humble service communication plays an important role in creating positive tourist experiences. This research concludes that interpersonal communication service quality is an important aspect in improving tourist satisfaction at urban tourism destinations.*
***Keyword:*** *service quality, interpersonal communication, tourist satisfaction, Kalimas Boat Tourism, urban tourism*

## Pendahuluan

Kepuasan wisatawan merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan pengelolaan suatu destinasi wisata. Kepuasan muncul ketika pengalaman yang dirasakan selama kunjungan sesuai atau melampaui harapan yang dimiliki sebelumnya Ayu et al., (2014). Dalam konteks pariwisata perkotaan, kepuasan wisatawan tidak hanya berkaitan dengan keindahan atau keunikan destinasi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kualitas interaksi langsung yang terjadi antara petugas layanan dan wisatawan selama kunjungan berlangsung (Romadhan & Pradana, 2023)

Berbagai kajian empiris telah membuktikan bahwa kualitas komunikasi interpersonal petugas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan wisatawan. Muslikhah et al., (2022) dalam penelitiannya di Curug Cikuluwung menemukan bahwa komunikasi interpersonal tour guide berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan koefisien determinasi sebesar 37 persen. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Dusra et al. (2024) yang menemukan adanya hubungan positif signifikan antara komunikasi interpersonal tour leader dengan kepuasan jamaah. Konsistensi temuan dari berbagai konteks penelitian tersebut memperkuat posisi komunikasi interpersonal sebagai variabel yang secara terukur dan berulang terbukti menjadi penentu kunci kepuasan penerima layanan.

Salah satu destinasi wisata yang relevan dikaji dari perspektif ini adalah Wisata Perahu Kalimas Surabaya, sebuah objek wisata air yang dikembangkan Pemerintah Kota Surabaya dengan memanfaatkan potensi Sungai Kalimas. Berdasarkan data Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga serta Pariwisata (Disbudporapar) Kota Surabaya yang dikutip dalam penelitian Silvy Rukmana, (2025), jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi ini menunjukkan tren yang sangat dinamis, yaitu 22.181 orang pada 2020, turun tajam menjadi 8.457 orang pada 2021 akibat pandemi Covid-19, kemudian melonjak signifikan ke 120.841 orang pada 2022 seiring pemulihan sektor pariwisata, mencapai puncaknya 170.923 orang pada 2023, namun mengalami penurunan sebesar 21,8 persen menjadi 133.519 orang pada 2024.

Penurunan ini tidak dapat dimaknai sebagai fenomena yang berdiri sendiri. Thobari et al., (2025) dalam penelitiannya di Pantai Kenjeran Surabaya menemukan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang memiliki kontribusi terbesar dalam membentuk kepercayaan pengunjung terhadap destinasi wisata. Sementara penelitian Silvy Rukmana, (2025) yang mengkaji objek yang sama menemukan indikasi awal berupa keluhan wisatawan terhadap kecepatan respons dan keramahan petugas di beberapa loket tiket berdasarkan ulasan daring. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek komunikasi dalam pelayanan berpotensi menjadi salah satu faktor yang memengaruhi persepsi dan kepuasan wisatawan selama berkunjung.

Meskipun demikian, penelitian yang secara eksplisit mengkaji kualitas pelayanan komunikasi interpersonal sebagai variabel tersendiri pada Wisata Perahu Kalimas masih sangat terbatas. Penelitian terdahulu seperti Rukmana, (2025) lebih banyak berfokus pada kualitas pelayanan secara umum, fasilitas, dan persepsi harga tiket. Kesenjangan penelitian inilah yang menjadi dasar pentingnya kajian ini dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Perahu Kalimas Surabaya.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional eksplanatif melalui metode survei. Penggunaan pendekatan ini bertujuan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara variabel kualitas pelayanan komunikasi interpersonal sebagai variabel bebas (X) dengan variabel kepuasan wisatawan sebagai variabel terikat (Y) secara numerik dan terukur (Sugiyono, 2019).

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah atau sedang berkunjung ke Wisata Perahu Kalimas Surabaya, dengan estimasi jumlah kunjungan selama periode penelitian Februari hingga Mei 2026 sebanyak 44.508 orang berdasarkan data Disbudporapar Kota Surabaya. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error sebesar 10 persen sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden (Kriyantono & Bungin, 2006). Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria wisatawan yang pernah berinteraksi langsung dengan petugas layanan di lokasi wisata, baik petugas tiket, pemandu, maupun awak perahu.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert 1 sampai 5 yang terdiri dari 18 butir pernyataan, yaitu 10 butir untuk variabel X dan 8 butir untuk variabel Y. Variabel X dioperasionalkan menggunakan kerangka REACH yang mencakup lima dimensi, yaitu respect, empathy, audible, clarity, dan humble (Suranto Aw dalam Khairunnisa, (2023). Variabel Y dioperasionalkan melalui empat indikator, yaitu kesesuaian harapan, kepuasan terhadap pelayanan, kenyamanan, dan penilaian keseluruhan (Oliver dalam Hasudungan, 2024).

Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi skor variabel, serta uji korelasi Rank Spearman sebagai teknik analisis utama. Pemilihan uji Spearman didasarkan pada hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal dengan nilai signifikansi kedua variabel kurang dari 0,001, sehingga penggunaan statistik nonparametrik menjadi pilihan yang tepat (Schober et al., 2018). Sebelum analisis utama, dilakukan pula uji validitas dengan Corrected Item-Total Correlation, uji reliabilitas dengan Alpha Cronbach, uji linearitas dengan Deviation from Linearity, dan uji homogenitas dengan Levene's Test melalui program SPSS.

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas wisatawan berada pada rentang usia 22 hingga 30 tahun dengan persentase 38,8 persen, diikuti kelompok usia 21 tahun sebesar 22,8 persen. Sebagian besar pengunjung berasal dari wilayah Surabaya sebesar 66,3 persen, sementara 33,7 persen berasal dari luar daerah. Distribusi waktu kunjungan menunjukkan bahwa 81,2 persen pengunjung memilih waktu sore hingga malam hari, dengan Weekend Malam sebagai waktu paling diminati sebesar 27,7 persen. Adapun sumber informasi utama pengunjung adalah TikTok sebesar 40,6 persen, diikuti Instagram dan rekomendasi teman masing-masing sebesar 29,7 persen.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh 18 butir pernyataan dinyatakan valid karena nilai r hitung seluruh item melebihi r tabel sebesar 0,197, dengan rentang nilai r hitung

untuk variabel X antara 0,898 hingga 0,931 dan variabel Y antara 0,837 hingga 0,935. Hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan nilai 0,980 untuk variabel X dan 0,972 untuk variabel Y, keduanya jauh melampaui ambang batas 0,60 sehingga seluruh instrumen dinyatakan sangat reliabel (Yusup et al., 2018). Hasil uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi Deviation from Linearity sebesar 0,291 yang lebih besar dari 0,05, sehingga hubungan antara kedua variabel dinyatakan linear. Sementara itu, hasil uji homogenitas menggunakan Levene's Test menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05 untuk seluruh metode pengujian, yang mengindikasikan bahwa data tidak homogen dan semakin memperkuat justifikasi penggunaan statistik nonparametrik.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel X memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,75 dan variabel Y sebesar 3,73, keduanya masuk dalam kategori tinggi berdasarkan pedoman interval kelas yang ditetapkan. Pada variabel X, penilaian tertinggi diperoleh oleh indikator empathy butir X4 dan audible butir X6 dengan nilai mean masing-masing sebesar 3,82, yang mencerminkan bahwa wisatawan menilai petugas cukup mampu memahami kebutuhan dan menyampaikan penjelasan dengan bahasa yang mudah dipahami. Penilaian terendah pada variabel X terdapat pada indikator clarity butir X8 dengan mean 3,67, yang menunjukkan bahwa pilihan kata petugas dalam beberapa situasi masih berpotensi menimbulkan kebingungan. Pada variabel Y, penilaian tertinggi diperoleh indikator penilaian keseluruhan butir Y8 dengan mean 3,84, sedangkan penilaian terendah pada butir Y4 mengenai perasaan aman sebesar 3,65.

Hasil uji korelasi Rank Spearman menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,819 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,001. Mengacu pada pedoman interpretasi Pratiwi dan Anggiani dalam Ammarus et al., (2022), nilai tersebut masuk dalam kategori sangat kuat pada rentang 0,80 hingga 1,000. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat searah, artinya semakin tinggi kualitas pelayanan komunikasi interpersonal petugas maka semakin tinggi pula kepuasan wisatawan. Dengan demikian, H1 diterima dan H0 ditolak.

Secara teoritis, hasil ini dapat dijelaskan menggunakan teori Stimulus-Organism-Response (SOR). Kualitas pelayanan komunikasi interpersonal petugas berperan sebagai stimulus yang diterima wisatawan melalui berbagai bentuk interaksi langsung mulai dari proses konfirmasi tiket, arahan keselamatan di dermaga, hingga komunikasi selama perjalanan di atas perahu. Stimulus tersebut diproses oleh wisatawan sebagai organism melalui serangkaian penilaian kognitif dan afektif terhadap sikap petugas, kejelasan informasi yang diterima, serta kenyamanan interaksi yang dirasakan. Proses internal ini pada akhirnya menghasilkan respons berupa kepuasan wisatawan yang terukur melalui empat indikator variabel Y(Samudra et al., 2024).

Konteks operasional Wisata Perahu Kalimas yang menerapkan sistem pemesanan tiket daring dan tidak melayani pembelian langsung di lokasi menjadikan wisatawan sangat bergantung pada informasi langsung dari petugas ketika tiba di dermaga. Kondisi ini menempatkan kualitas komunikasi interpersonal petugas pada posisi yang sangat krusial, karena kemampuan petugas menyampaikan informasi dengan audible dan clarity yang baik secara langsung menentukan rasa aman dan kenyamanan wisatawan sebelum perjalanan dimulai. Fakta bahwa 81,2 persen kunjungan terjadi pada sore hingga malam hari juga

memperkuat relevansi dimensi audible dalam kerangka REACH, karena dalam kondisi pencahayaan terbatas, kualitas suara dan kejelasan tutur petugas menjadi instrumen utama pelayanan yang membentuk kesan wisatawan secara keseluruhan (Arif Himawan, 2022).

Temuan ini konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu. Audiyah (2020) pada objek wisata Indragiri Hulu menemukan bahwa komunikasi interpersonal pengelola berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Elisa (2022) pada konteks kafe menemukan bahwa komunikasi interpersonal yang baik antara barista dan pelanggan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Suharsono (2023) dalam konteks homestay menemukan bahwa komunikasi yang efektif antara pengelola dan tamu mampu meningkatkan kenyamanan pengunjung secara signifikan. Konsistensi arah temuan lintas berbagai konteks penelitian ini memperkuat argumen bahwa komunikasi interpersonal berkualitas merupakan faktor yang bersifat universal dalam membentuk kepuasan penerima layanan, termasuk dalam konteks wisata sungai perkotaan seperti Wisata Perahu Kalimas (Jupriono et al., 2015).

Apabila dibandingkan dengan penelitian Silvy Rukmana, (2025) yang meneliti objek yang sama, terdapat benang merah yang menarik. Rukmana menemukan bahwa kualitas pelayanan secara umum bersama fasilitas dan persepsi harga tiket berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali dengan koefisien determinasi 65,5 persen. Sementara penelitian ini menemukan koefisien korelasi sangat kuat antara dimensi komunikatif dari pelayanan wisata dengan kepuasan wisatawan. Kedua temuan tersebut saling melengkapi karena menunjukkan bahwa kualitas komunikasi interpersonal merupakan komponen penting dari keseluruhan pengalaman wisata yang pada akhirnya juga berkontribusi pada pembentukan minat berkunjung kembali wisatawan.

## Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan komunikasi interpersonal terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Perahu Kalimas Surabaya. Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien korelasi Rank Spearman sebesar 0,819 dengan signifikansi kurang dari 0,001 yang masuk dalam kategori sangat kuat. Dimensi empathy dan audible dalam kerangka REACH memperoleh penilaian tertinggi dari wisatawan, sementara dimensi clarity memerlukan perhatian lebih lanjut karena mendapatkan penilaian terendah meskipun tetap berada dalam kategori tinggi. Secara teoritis, temuan ini mengkonfirmasi relevansi teori SOR dalam konteks pariwisata, di mana kualitas komunikasi petugas sebagai stimulus yang diproses secara positif oleh wisatawan sebagai organism menghasilkan respons berupa kepuasan yang terukur dan signifikan. Penelitian ini juga berkontribusi secara empiris dengan mengisi kesenjangan kajian yang selama ini belum menyentuh dimensi komunikasi interpersonal secara spesifik pada destinasi wisata sungai perkotaan di Indonesia. Bagi pengelola Wisata Perahu Kalimas, temuan ini menjadi dasar yang kuat untuk memprioritaskan pelatihan komunikasi yang terstruktur bagi seluruh petugas layanan, terutama pada aspek clarity, yaitu penggunaan diksi yang tidak menimbulkan kebingungan bagi wisatawan yang berasal dari berbagai latar belakang daerah. Penyusunan standar operasional prosedur komunikasi pelayanan yang mencakup panduan cara menyambut wisatawan, menyampaikan informasi

rute, dan memberikan arahan keselamatan juga sangat direkomendasikan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas fasilitas atau persepsi harga, mempertimbangkan pendekatan mixed methods, serta menggunakan teknik analisis yang lebih kompleks seperti Structural Equation Modeling (SEM) untuk menghasilkan gambaran yang lebih komprehensif tentang pembentukan kepuasan wisatawan.

## Daftar Pustaka

Ammarus, A. D., Rahman, A., & Trinugraha, Y. H. (2022). Hubungan Kontrol Diri Dan Smartphone Addiction Dengan Prokrastinasi Akademik Mahasiswa FKIP UNS Yang Sedang Mengerjakan Skripsi. 7(2), 463–472.

Arif Himawan, R. F. (2022). Komunikasi Interpersonal untuk Profesional Teknologi Informasi di Era 4.0.

Ayu, D., Jannah, M., Andriani, N., Arief, M., Ekonomi, A. F., Bisnis, D., Trunojoyo, U., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2014). Pengaruh Strategi Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Sepuluh Nopember Surabaya. Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis, 1(1), 53–64.

Hasudungan, R. T. (2024). Kepuasan Pengunjung yang dipengaruhi Daya Tarik Wisata dan Persepsi Harga melalui Lifestyle. 5(1), 1–8. https://doi.org/10.47065/jtear.v5i1.1474

Jupriono, J., Sudaryanto, E., & Prininta, N. (2015). Efektivitas Komunikasi antarpribadi mahasiswa dan dosen pembimbing skripsi. Representamen, 45–46. http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/representamen/article/view/1446/1220

Khairunnisa, Fila Fakhira; Radia, F. (2023). Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran Analisis Pola Komunikasi Interpersonal dalam Proses Belajar. 8(2), 249–258.

Muslikhah, F. P., Ernawati, E., & Rizal, S. (2022). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Tour Guide Terhadap Kepuasan. 000.

Romadhan, M. I., & Pradana, B. C. S. A. (2023). Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Destinasi Wisata Kampung Adat Segunung Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi, 12(2), 222–234. https://doi.org/10.35508/jikom.v12i2.8696

Samudra, A., Kurniawati, K., & Masnita, Y. (2024). Sistem Teori Stimulus-Respon Dalam Kesesuaian Influencer-Produk Dan Interaksi Media Sosial Untuk Meningkatkan Niat Beli. Jurnal Riset Entrepreneurship, 7(2), 100. https://doi.org/10.30587/jre.v7i2.8211

Schober, P., Boer, C., & Schwarte, L. A. (2018). Correlation Coefficients: Appropriate Use and Interpretation. 126(5), 1763–1768. https://doi.org/10.1213/ANE.0000000000002864

Silvy Rukmana, A. H. (2025). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN PERSEPSI HARGA TIKET TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI WISATA PERAHU KALIMAS KOTA SURABAYA. Bisnis, 05, 12.

Sugiyono. (2019). Niat Pembelian Uang di aplikasi Blibli.com terhadap E-Service Quality dan E-Trust. 54–72.

Thobari, M. B., Halik, A., Yanu, A., & Fianto, A. (2025). The Effect of Service Quality and Destination Image on Interest in Visiting Again with Visitor Confidence as a Mediating Variable at Ria Beach Kenjeran Surabaya. 4(2), 523–538.