
BUANA KOMUNIKASI

Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi
<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

PENGARUH EFEKTIVITAS KOMUNIKASI KONSULTAN TERHADAP KEPUASAN KLIEN

Ramdani¹

Universitas Sangga Buana
productionramd@gmail.com

Widyapuri Prasastiningtyas²

Universitas Sangga Buana
widya.puri@usbykp.ac.id

Abstract

This study aims to determine how the effectiveness of consultant communication and client satisfaction, and how the influence of the effectiveness of consultant communication on client satisfaction at Addict Design Studio Bandung. The factors tested in this study were the effectiveness of the consultant's communication as an independent variable, while client satisfaction as the dependent variable. The research method used in this research is descriptive and verification method. The population in this study are clients of Addict Design Studio. The sampling technique used in this study is non-probability sampling with purposive sampling technique, so that the number of samples in this study amounted to 50 people. While the analytical method used in this study is multiple linear regression analysis at a significance level of 5%. The program used in analyzing the data, the researcher used the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver 25. Based on the results of partial and simultaneous research, it shows that the effectiveness of consultant communication has an effect on client satisfaction at Addict Design Studi. While the magnitude of the influence of the effectiveness of the consultant's communication in contributing to the influence of client satisfaction is 72.4%.

Keywords: *Communication, Communication Effectiveness, Client Satisfaction*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas komunikasi konsultan dan kepuasan klien, serta bagaimana pengaruh efektivitas komunikasi konsultan terhadap kepuasan klien pada Addict Design Studio Bandung. Faktor-faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah efektivitas komunikasi konsultan sebagai variabel independen, sedangkan kepuasan klien sebagai variabel dependen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah klien Addict Design Studio. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu non probability sampling dengan teknik purposive sampling, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang. Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda pada taraf signifikansi sebesar 5%. Program yang digunakan dalam menganalisis data, peneliti menggunakan Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver 25. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi konsultan berpengaruh terhadap kepuasan klien di Addict Design Studio. Sedangkan besarnya pengaruh efektivitas komunikasi konsultan dalam memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepuasan klien adalah sebesar 72,4%.

Kata Kunci : *Komunikasi, Efektivitas Komunikasi, Kepuasan Klien*

**BUANA
KOMUNIKASI**

Jurnal Penelitian & Studi
Ilmu Komunikasi
Volume 02
Nomor 02
Halaman 98 - 115
Bandung, Desember 2021

p-ISSN : 2774 - 2342
e-ISSN : 2774 - 2202

Tanggal Masuk :
12 Oktober 2021
Tanggal Revisi :
18 Oktober 2021
Tanggal Diterima :
5 November 2021

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu, kondisi persaingan dalam duna bisnis terus meningkat. Tentunya setiap perusahaan mendapat tantangan untuk memiliki keunggulan kompetitif agar mampu bersaing dengan para kompetitornya yang terus bermunculan. Tidak sedikit perusahaan yang terpaksa harus menutup atau mengakhiri kegiatan usahanya karena tidak mampu bersaing dengan para kompetitor dibidangnya. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memiliki kemampuan baik dalam segi komunikasi yang dilakukan dengan kliennya yang dapat memberikan nilai yang baik untuk keduanya. Efektivitas komunikasi merupakan salah satu kemampuan yang harus dimiliki oleh tiap individu khususnya seorang konsultan. Salah satu yang terpenting adalah efektivitas komunikasi interpersonal yaitu kemampuan tiap individu untuk berkomunikasi dengan kliennya. Melihat jumlah perusahaan yang bergerak di bidang jasa konsultan desain khususnya di Kota Bandung yang sudah memiliki pengalaman dan jam terbang yang cukup baik bahkan sudah dalam kategori yang sangat baik.

Pada penelitian Addict Design Studio sebagai perusahaan yang bergerak di bidang yang sama dituntut untuk dapat bersaing secara profesional. Sebagai langkah awal peneliti harus melihat, mengamati serta menganalisis perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa konsultan desain. Addict Design Studio sebagai perusahaan jasa konsultan desain yang berdiri pada tahun 2014 di Kota Bandung yang memiliki jumlah SDM (Sumber Daya Manusia) dibawah 20 orang. Termasuk perusahaan kecil yang sedang melakukan perbaikan dalam segi pelayanan khususnya dalam hal efektivitas komunikasi yang dilakukan kepada klien dan calon klien yang akan menggunakan jasanya. Melalui wawancara yang dilakukan peneliti pada bulan maret 2021 kepada 2 orang konsultan Addict Design Studio. Mereka menuturkan bahwa ada beberapa poin yang menjadi perhatian penting yaitu kegiatan pemasaran yang kurang, perusahaan masih kecil dalam aspek manajemen, jumlah sumber daya manusia yang kurang. Penelitian terhadap perusahaan tersebut merupakan hal yang pertama dilakukan serta pihak perusahaan yang sedang melakukan perbaikan dari segi pelayanan, maka peneliti memfokuskan penelitian dari segi efektivitas komunikasi yang dilakukan konsultan terhadap kliennya. Hal ini sebagai tahap awal dalam melihat sejauh mana efektivitas komunikasi konsultan kepada klien yang sangat penting dalam meningkatkan efektivitas perusahaan tersebut. Melihat dari keterangan diatas mengenai jumlah klien yang menggunakan jasa dari Addict Design Studio yang dari segi jumlah klien pada tahun 2018-2021 terus mengalami peningkatan kembali, hipotesis awal peneliti menilai bahwa adanya pengaruh dari efektivitas komunikasi terhadap kepuasan klien yang membuat adanya peningkatan dari jumlah pengguna jasa tersebut.

Berdasarkan permasalahan yang ada dan dengan sebuah perusahaan yang dari segi usia masih muda, peneliti menilai perlu adanya riset mengenai faktor-faktor yang akan memberikan peluang agar Addict Design Studio semakin berkembang. Pada penelitian ini difokuskan pada segi efektivitas komunikasi yang diberikan serta dampak terhadap kepuasan klien.

LITERATUR

Efektivitas Komunikasi

Efektivitas komunikasi adalah tingkat baik buruknya komunikasi yang dilakukan seseorang dengan orang lain. Komunikasi bukan hanya sekedar pertukaran informasi, yang melalui pembicaraan dinyatakan dengan perasaan hati, memperjelas pikiran menyampaikan ide dan juga berhubungan dengan orang lain. Akan tetapi, dengan komunikasi seseorang dapat belajar mengenal satu sama lain, melepaskan ketegangan serta menyampaikan pendapat.

Penilaian Efektivitas Komunikasi

Penilaian efektivitas komunikasi merupakan interpretasi pada stimulus berupa pesan, berita, informasi atau ide di mana dalam stimulus tersebut menunjukkan aspek dari efektivitas komunikasi yang meliputi keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan sehingga terbentuk interaksi yang penuh perhatian, pengertian, bermakna, jujur dan memuaskan.

Kepuasan Klien

Dalam buku “Service, Effectiveness, and Satisfaction” (Tjiptono, 2011:292) menyatakan bahwa, kata kepuasan (Satisfaction) berasal dari bahasa Latin “satis” (cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat). Kepuasan diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Dari segi kepuasan klien, menurut Tjiptono (2011) ada tiga dimensi yaitu harapan, kinerja, dan efektivitas. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan, dapat dengan melihat kesesuaian antara harapan dengan kinerja yang ditunjukkan oleh produk atau jasa yang ada, yaitu pelanggan akan merasa tidak puas jika kinerja yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, dan juga sebaliknya.

Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari teman, kerabat, orang lain, informasi pasar serta dari pesaingnya. Dengan kondisi tersebut bahwa “Kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja/ hasil yang dirasakannya dengan harapannya”. Dengan demikian dapat dikatakan tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Agar kepuasan pelanggan dapat tercipta, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka seperti yang diuraikan di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa hipotesis yang dikembangkan pada penelitian ini yaitu:

- H1 : Efektivitas Keterbukaan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan klien
- H2 : Efektivitas Kesetaraan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan klien

H3 : Efektivitas Sikap Mendukung yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan klien

H4 : Efektivitas Sikap Positif yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan klien

H5 : Efektivitas Empati yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan klien

Ho : $b_i = 0$, Efektivitas komunikasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan klien

Ha : $b_i \neq 0$, Efektivitas komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan klien

Hipotesis pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh efektivitas komunikasi konsultan terhadap kepuasan klien, ini didapatkan dari hasil pra-survei serta berdasarkan hasil penelitian sebelumnya sebagai literatur awal penelitian ini dilakukan

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif Menurut Riduwan (2010:65) penelitian deskriptif yaitu penelitian yang diarahkan untuk memecahkan masalah dengan cara memaparkan atau menggambarkan apa adanya hasil penelitian Penelitian kausal menurut Sugiyono (2011:37) merupakan jenis penelitian dimana adanya hubungan yang bersifat sebab akibat antara variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi) Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Kepustakaan, yaitu dengan cara mempelajari literatur, buku-buku dan segala macam bacaan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, Studi Lapangan, yaitu dengan cara penyebaran kuisioner (angket) dan interview (wawancara) dan Observasi, yaitu dengan melakukan kunjungan langsung ke objek penelitian yaitu pada Addict Design Studio, Jalan Titiran Dalam I Gang III No 25B Dipatiukur, Bandung 40133

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai efektivitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Populasi pada penelitian ini adalah klien yang menggunakan konsultan Addict Design Studio Bandung dalam periode tahun 2014 hingga 2021 yang berjumlah 60 klien Namun pihak perusahaan tidak dapat memberikan data pelanggan secara rinci untuk penelitian ini dikarenakan alasan rahasia perusahaan Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan jenis purposive sampling, Menurut (Sugiyono, 2017:84) menyebutkan bahwa nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel

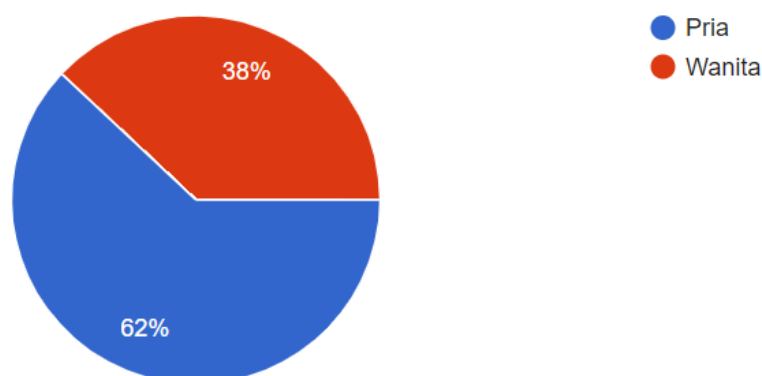
HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pada sub bab ini peneliti akan menguraikan hasil survey yang telah diperoleh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas komunikasi konsultan dan kepuasan klien, serta bagaimana pengaruh efektivitas komunikasi konsultan terhadap kepuasan klien pada Addict Design Studio. Variabel independen dalam penelitian ini adalah efektivitas komunikasi, sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan klien. Periode penelitian dilakukan pada tahun 202. Subjek dalam penelitian ini adalah Addict Design Studio Bandung. Untuk menjelaskan latar belakang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, maka dibuatkan tabel deskripsi profil responden. Deskripsi profil responden terdiri dari jenis kelamin, usia, status pekerjaan, dan gaji perbulan. Adapun data yang peneliti peroleh mengenai profil responden adalah sebagai berikut:

Jenis Kelamin

50 jawaban

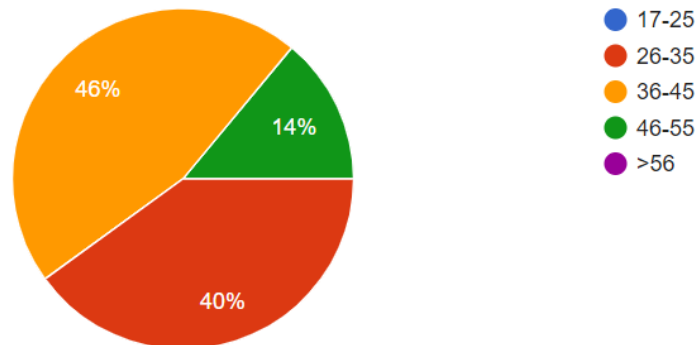


Gambar 1: Diagram Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar 4 dari 50 orang yang menjadi responden dalam penelitian ini, terlihat bahwa responden berjenis kelamin pria lebih banyak dari pada wanita yaitu sebesar 62%, sedangkan wanita yaitu 38%. Dari gambar di atas menunjukkan jumlah responden pria lebih dominan dibandingkan wanita.

Usia

50 jawaban

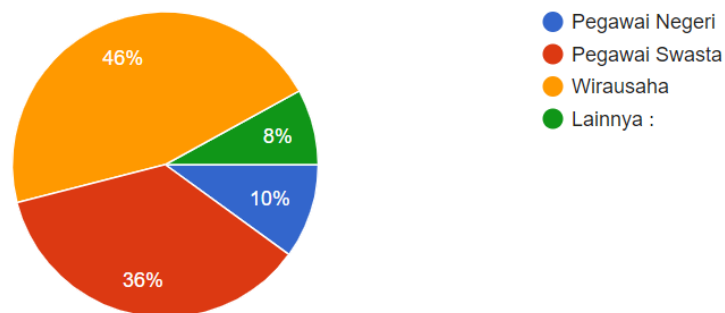


Gambar 2 Diagram Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan gambar 5 dari 50 orang yang menjadi responden dalam penelitian ini, terlihat bahwa responden paling banyak berusia antara 36-45 tahun yaitu sebesar 46%, sedangkan responden paling sedikit yaitu berusia antara 46-55 tahun yaitu sebesar 14%

Status Pekerjaan

50 jawaban

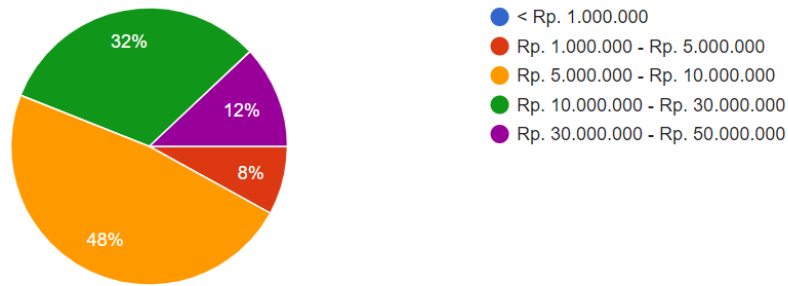


Gambar 3 Diagram Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Berdasarkan gambar 6 dari 50 orang yang menjadi responden dalam penelitian ini, terlihat bahwa responden yang memiliki status pekerjaan paling banyak yaitu wirausaha sebesar 46%, sedangkan responden yang memiliki status pekerjaan paling sedikit yaitu lainnya sebesar 8%

Gaji Perbulan

50 jawaban



Gambar 4 Diagram Klasifikasi Responden Berdasarkan Gaji Perbulan

Berdasarkan gambar 7 dari 50 orang yang menjadi responden dalam penelitian ini, terlihat bahwa responden yang memiliki gaji perbulan paling banyak yaitu 5-10 juta sebesar 48%, sedangkan responden yang memiliki gaji perbulan paling sedikit yaitu 1-5 juta sebesar 8%

Gambaran Variabel Penelitian

Gambaran Mengenai Variabel Efektivitas komunikasi

Variabel efektivitas komunikasi terdiri dari 13 butir pernyataan yang terbagi ke dalam 5 dimensi, yaitu dimensi keterbukaan terdiri dari 3 pernyataan, dimensi empati terdiri dari 2 pernyataan, dimensi sikap mendukung terdiri dari 2 pernyataan, dimensi sikap positif terdiri dari 2 pernyataan, dan dimensi kesetaraan terdiri dari 3 pernyataan. Berikut ini akan disajikan dan dijelaskan kecenderungan jawaban dari responden terhadap variabel efektivitas komunikasi yang terdiri dari dimensi keterbukaan, dimensi empati, dimensi sikap mendukung, dimensi sikap positif, dan dimensi kesetaraan dengan pendekatan distribusi frekuensi dan persentase:

Keterbukaan

Berikut disajikan dalam tabel 7 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel efektivitas komunikasi melalui dimensi keterbukaan. Dimensi keterbukaan ini terdiri dari 3 butir pernyataan yaitu:

No	Pernyataan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
1	Seberapa lengkap informasi dari konsultan Addict Design Studio?	F	9	41	0	0	0	209	250	83,60	4,18
		%	18,00	82,00	0	0	0				
2	Seberapa baik konsultan Addict Design Studio dalam menerima keluhan klien?	F	13	37	0	0	0	213	250	85,20	4,26
		%	26,00	74,00	0	0	0				
3	Seberapa tepat informasi dari konsultan Addict Design Studio?	F	15	35	0	0	0	215	250	86,00	4,30
		%	30,00	70,00	0	0	0				
Total Skor		F	37	113	0	0	0	637	750	84,93	4,25

Tabel 1 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Keterbukaan

Empati

Berikut disajikan dalam tabel 8 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel efektivitas komunikasi melalui dimensi empati. Dimensi empati ini terdiri dari 2 butir pernyataan yaitu:

No	Pernyataan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
4	Seberapa baik perhatian yang diberikan konsultan terhadap klien Addict Design Studio?	F	20	30	0	0	0	220	250	88,00	4,40
		%	40,00	60,00							
5	Seberapa mengerti konsultan terhadap kebutuhan klien Addict Design Studio?	F	23	27	0	0	0	223	250	89,20	4,46
		%	46,00	54,00							
Total Skor		F	43	57	0	0	0	443	750	88,60	4,43

Tabel 2 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Empati

Sikap Mendukung

Berikut disajikan dalam tabel 9 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel efektivitas komunikasi melalui dimensi sikap mendukung. Dimensi sikap mendukung ini terdiri dari 2 butir pernyataan yaitu:

No	Pernyataan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
6	Seberapa baik kesediaan konsultan membantu kesulitan atau kendala yang dihadapi oleh klien Addict Design Studio?	F	18	32	0	0	0	218	250	87,20	4,36
		%	36,00	64,00	0	0	0				
7	Seberapa baik kecepatan konsultan dalam menanggapi permintaan dan keluhan klien Addict Design Studio?	F	13	36	1	0	0	212	250	84,80	4,24
		%	26,00	72,00	2,00	0	0				
Total Skor		F	31	68	1	0	0	430	500	86,00	4,30

Tabel 3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Sikap Mendukung

Sikap Positif

Berikut disajikan dalam tabel 10 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel efektivitas komunikasi melalui dimensi sikap positif. Dimensi sikap positif ini terdiri dari 2 butir pernyataan yaitu:

No	Pernyataan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
8	Seberapa akurat informasi dan pelayanan yang diberikan konsultan terhadap klien Addict Design Studio?	F	16	34	0	0	0	216	250	86,40	4,32
		%	32,00	68,00	0	0	0				
9	Seberapa antusias konsultan berkomunikasi dengan klien Addict Design Studio?	F	18	32	0	0	0	218	250	87,20	4,36
		%	36,00	64,00	0	0	0				
Total Skor		F	34	66	0	0	0	434	750	86,80	4,34

Tabel 4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Sikap Positif

Kesetaraan

Berikut disajikan dalam tabel 9 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel efektivitas komunikasi melalui dimensi kesetaraan. Dimensi kesetaraan ini terdiri dari 3 butir pernyataan yaitu:

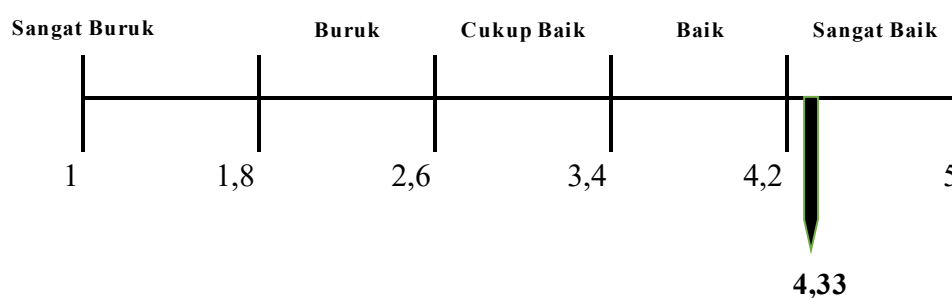
No	Pernyataan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
10	Seberapa baik konsultan memahami perbedaan pendapat dengan klien Addict Design Studio?	F	19	31	0	0	0	219	250	87,60	4,38
		%	38,00	62,00	0	0	0				
11	Seberapa baik konsultan memberikan kesempatan untuk berpendapat pada klien Addict Design Studio?	F	16	34	0	0	0	216	250	86,40	4,32
		%	32,00	68,00	0	0	0				
12	Seberapa baik konsultan menghormati dan menghargai klien Addict Design Studio?	F	17	33	0	0	0	217	250	86,80	4,34
		%	34,00	66,00	0	0	0				
Total Skor		F	52	98	0	0	0	652	750	86,93	4,35

Tabel 5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kesetaraan

No	Dimensi	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor	Kategori
1	Keterbukaan	637	750	84,93	4,25	Sangat Baik
2	Empati	443	500	88,60	4,43	Sangat Baik
3	Sikap Mendukung	430	500	86,00	4,30	Sangat Baik
4	Sikap Positif	434	500	86,80	4,34	Sangat Baik
5	Kesetaraan	652	750	86,93	4,35	Sangat Baik
Total		2596	3000	86,65	4,33	Sangat Baik

Tabel 6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Efektivitas komunikasi

Kategori sangat baik pada variabel efektivitas komunikasi jika di gambarkan dengan menggunakan garis kontinum maka akan terlihat sebagai berikut:



Gambar 5 Garis Kontinum Kategorisasi Penilaian Variabel Efektivitas komunikasi

Gambaran Mengenai Variabel Kepuasan Klien

Variabel kepuasan klien terdiri dari 4 butir pernyataan yang terbagi ke dalam 3 dimensi yaitu dimensi harapan yang terdiri dari 1 pernyataan, dimensi kinerja yang terdiri dari 2 pernyataan, dan dimensi kepuasan yang terdiri dari 1 pernyataan. Berikut ini akan disajikan dan dijelaskan kecenderungan jawaban dari responden terhadap variabel kepuasan klien yang terdiri dari dimensi harapan, dimensi kinerja, dan dimensi kepuasan dengan pendekatan distribusi frekuensi dan persentase:

Harapan

Berikut disajikan dalam tabel 12 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel kepuasan klien melalui dimensi harapan. Dimensi harapan terdiri dari 1 butir pernyataan yaitu:

No	Pernyataan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
13	Seberapa sesuai pelayanan yang diberikan konsultan dengan harapan klien Addict Design Studio?	F	16	34	0	0	0	216	250	86,40	4,32
		%	32,00	68,00	0	0	0				
Total Skor		F	16	34	0	0	0	216	250	86,40	4,32

Tabel 7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Harapan Kinerja

Berikut disajikan dalam tabel 13 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel kepuasan klien melalui dimensi kinerja. Dimensi harapan terdiri dari 2 butir pernyataan yaitu:

No	Pernyataan		Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
			5	4	3	2	1				
14	Seberapa baik pelayanan yang diberikan konsultan terhadap klien Addict Design Studio?	F	17	33	0	0	0	217	250	86,80	4,34
		%	34,00	66,00	0	0	0				
15	Seberapa tepat pelayanan yang diberikan konsultan terhadap klien Addict Design Studio?	F	18	32	0	0	0	218	250	87,20	4,36
		%	36,00	64,00	0	0	0				
Total Skor		F	35	65	0	0	0	435	750	87,00	4,35

Tabel 8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kinerja

Kepuasan

Berikut disajikan dalam tabel 14 mengenai rekapitulasi tanggapan responden yang diajukan untuk mengukur variabel kepuasan klien melalui dimensi kepuasan. Dimensi kepuasan terdiri dari 1 butir pernyataan yaitu:

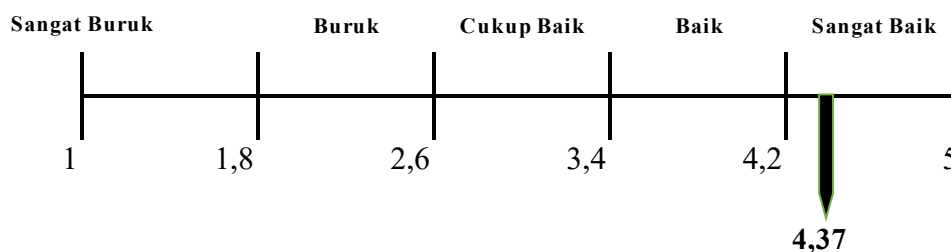
No	Pernyataan	Skor Tanggapan Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor
		5	4	3	2	1				
16	Seberapa puas klien terhadap pelayanan yang diberikan konsultan Addict Design Studio?	F	22	28	0	0	222	250	88,80	4,44
		%	44,00	56,00	0	0				
Total Skor		F	22	28	0	0	222	250	88,80	4,44

Tabel 9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kepuasan

No	Dimensi	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Mean Skor	Kategori
1	Harapan	216	250	86,40	4,32	Sangat Baik
2	Kinerja	435	500	87,00	4,35	Sangat Baik
3	Kepuasan	222	250	88,80	4,44	Sangat Baik
Total		873	1000	87,40	4,37	Sangat Baik

Tabel 10 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Klien

Kategori sangat baik pada variabel kepuasan klien jika di gambarkan dengan menggunakan garis kontinum maka akan terlihat sebagai berikut:



Gambar 6 Garis Kontinum Kategorisasi Penilaian Variabel Kepuasan Klien

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil Pengujian Validitas

Berdasarkan hasil pengamatan dari r tabel didapatkan nilai dari sampel (N)= 50 sebesar 0,279 Merujuk pada hasil uji validitas terhadap variabel efektivitas komunikasi pada tabel 17 tersebut memenuhi kriteria validitas yaitu r hitung > nilai r tabel (0,279) Sedangkan untuk hasil pengujian atas variabel kepuasan klien sebagai berikut:

Berdasarkan hasil pengamatan dari r tabel didapatkan nilai dari sampel (N)= 50 sebesar 0,279 Merujuk pada hasil uji validitas terhadap variabel kepuasan klien pada tabel 18 tersebut memenuhi kriteria validitas yaitu r hitung $>$ nilai r tabel (0,279)

Hasil Pengujian Reliabilitas

Berdasarkan hasil dari tabel 19 di atas nilai reliabilitas variabel efektivitas komunikasi sebesar 0,947, apabila r berada $>$ 0,70, maka variabel efektivitas komunikasi sudah memenuhi kriteria reliabel Sedangkan hasil pengujian reliabilitas variabel kepuasan klien yaitu sebagai berikut: Berdasarkan hasil dari tabel 20 di atas nilai reliabilitas variabel efektivitas komunikasi sebesar 0,947, apabila r berada $>$ 0,70, maka variabel efektivitas komunikasi sudah memenuhi kriteria reliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan tabel 21 di atas, menunjukkan bahwa besarnya nilai kolmogorov smirnov adalah 0,293 dengan nilai signifikansi 0,147 Oleh karena nilai signifikansi yang dihasilkan oleh kolmogorov smirnov lebih dari atau 5% (taraf nyata signifikansi penelitian) yaitu (0,147 $>$ 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima atau data residual berdistribusi normal, dengan kata lain model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas atau data berdistribusi normal

Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil pengujian scatter plot pada gambar 10 dapat dinilai bahwa tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar antara di bawah 0 sampai di atas 0 pada sumbu Y Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi

Analisis Regresi Linear Sederhana

Besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,851 Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,724 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (efektivitas komunikasi) terhadap variabel terikat (kepuasan klien) adalah sebesar 72,4%

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan nilai F hitung = 125,707 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel efektivitas komunikasi atau dengan kata lain ada pengaruh variabel efektivitas komunikasi (X) terhadap variabel kepuasan klien (Y)

Analisis Koefisien Determinasi

Besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,851 Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,724 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (efektivitas komunikasi) terhadap variabel terikat (kepuasan klien) adalah sebesar 72,4%

Pembahasan Hasil Penelitian

Gambaran Efektivitas komunikasi Konsultan Addict Design Studio

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas komunikasi menunjukkan bahwa nilai total skor aktual yang diperoleh dari seluruh pernyataan-pernyataan yang membentuk variabel efektivitas komunikasi adalah sebesar 2596 dan skor ideal sebesar 3000, sedangkan nilai total persentase yang diperoleh adalah sebesar 86,65% dan nilai mean skor sebesar 4,33 termasuk dalam kategori sangat baik Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi yang ditunjukkan konsultan Addict Design Studio termasuk ke dalam kategori sangat baik Efektivitas komunikasi yang terdiri dari dimensi keterbukaan, dimensi empati, dimensi sikap mendukung, dimensi sikap positif, dan dimensi kesetaraan Dari kelima dimensi tersebut menunjukkan bahwa dimensi keterbukaan dan dimensi sikap mendukung menunjukkan nilai mean skor di bawah nilai rata-rata mean skor jika dibandingkan dengan dimensi empati, dimensi sikap positif, dan dimensi kesetaraan Jika dilihat dari jawaban responden yang menjawab kurang baik pada pernyataan pada dimensi sikap mendukung atau dalam variabel efektivitas komunikasi Artinya, meskipun efektivitas komunikasi yang ditunjukkan konsultan Addict Design Studio termasuk ke dalam kategori sangat baik, namun masih menunjukkan adanya kelemahan pada efektivitas komunikasi konsultan Addict Design Studio yang masih harus diperbaiki Kembali Hal tersebut berkaitan dengan dimensi sikap mendukung yaitu masih ada konsultan yang kurang baik dalam hal kecepatan konsultan menanggapi permintaan dan keluhan klien

Berkaitan dengan dimensi keterbukaan yang sebenarnya termasuk ke dalam kategori sangat baik namun tetap harus ditingkatkan kembali

Gambaran Kepuasan Klien Addict Design Studio

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kepuasan klien menunjukkan bahwa total skor aktual yang diperoleh dari seluruh pernyataan-pernyataan yang membentuk variabel kepuasan klien adalah sebesar 873 dan skor ideal sebesar 1000, sedangkan nilai total persentase yang diperoleh adalah sebesar 87,40% dan nilai mean skor sebesar 4,37 termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan klien yang ditunjukkan klien Addict Design Studio termasuk ke dalam kategori sangat baik. Kepuasan klien terdiri dari dimensi harapan, dimensi kinerja, dan dimensi kepuasan. Dari ketiga dimensi tersebut menunjukkan bahwa dimensi harapan dan dimensi kinerja menunjukkan nilai mean skor di bawah nilai rata-rata mean skor jika dibandingkan dengan dimensi kepuasan. Meskipun kepuasan klien Addict Design Studio termasuk ke dalam kategori sangat baik, namun efektivitas yang mempengaruhi dimensi harapan dan kinerja harus ditingkatkan kembali.

Pengaruh Efektivitas komunikasi Terhadap Kepuasan Klien

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan klien. Sedangkan besarnya pengaruh efektivitas komunikasi dalam memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepuasan klien sebesar 72,4%. Hasil penelitian ini didukung oleh landasan teori pada pembahasan sebelumnya yang menyatakan bahwa efektivitas adalah suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen baik internal maupun eksternal, secara eksplisit dan implisit (Buddy, 2000:14). Tiga pendekatan penciptaan nilai pelanggan sebagai kiat pemasaran yang dapat digunakan perusahaan untuk mengembangkan ikatan serta kepuasan pelanggan yang lebih kuat. Adapun pendekatan itu seperti memberikan keuntungan finansial bagi pelanggan, meningkatkan ikatan sosial antara perusahaan dengan pelanggan dengan cara mempelajari kebutuhan masing-masing pelanggan serta memberikan pelayanan yang lebih pribadi sifatnya, dan meningkatkan ikatan struktural pemasaran yang didasarkan pada hubungan dengan pelanggan merupakan kunci mempertahankan pelanggan dan mencakup pemberian keuntungan finansial serta sosial di samping ikatan struktural dengan pelanggan (Supranoto, 2001:236). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ivena Karin (2018), Roza (2012), dan Paramarta (2009). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan klien.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Peneliti memperoleh informasi dari hasil penelitian mengenai efektivitas komunikasi menunjukkan bahwa nilai total skor aktual yang diperoleh dari seluruh pernyataan-pernyataan yang membentuk variabel efektivitas komunikasi adalah sebesar 2596 dan skor ideal sebesar 3000, sedangkan nilai total persentase yang diperoleh adalah sebesar 86,65% dan nilai mean skor sebesar 4,33 termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi yang ditunjukkan konsultan Addict Design Studio termasuk ke dalam kategori sangat baik.
2. Peneliti memperoleh informasi dari hasil penelitian mengenai mengenai kepuasan klien menunjukkan bahwa total skor aktual yang diperoleh dari seluruh pernyataan-pernyataan yang membentuk variabel kepuasan klien adalah sebesar 873 dan skor ideal sebesar 1000, sedangkan nilai total persentase yang diperoleh adalah sebesar 87,40% dan nilai mean skor sebesar 4,37 termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan klien yang ditunjukkan klien Addict Design Studio termasuk ke dalam kategori sangat baik.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan klien. Sedangkan besarnya pengaruh efektivitas komunikasi dalam memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepuasan klien yaitu sebesar 72,4%.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- DeVito, Joseph A. (2011). *Komunikasi Antar Manusi* Agus Maulana. Jakarta: Professional Book.
- Irawan, H. (2003). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Alih. Bahasa: Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Riduwan. (2008). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2009). *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Service, Effectiveness, and Satisfaction*. Yogyakarta: Marknesis.

- Tubbs, SL dan Moss S. (2000). *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi* (Buku Kedua). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Wiryanto. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cetakan III. Jakarta : PT. Gramedia.
- Yazid. (2008). *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia.