

**PENGARUH KOMUNIKASI ANTARBUDAYA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SUVENIR LOKAL DI SABANG**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh:**

**YOGI PRASETYO**

**NIM. 210401093**

**Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH**

**2025**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar S1 Dalam Ilmu Dakwah  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Diajukan oleh:

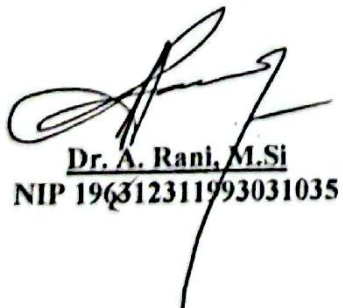
**YOGI PRASETYO**

**NIM. 210401093**


Disetujui oleh:



Pembimbing I

  
**Dr. A. Rani, M.Si**  
**NIP 196312311993031035**

Pembimbing I

  
**Arif Ramdan, S. Sos. I., M.**  
**NIP 1980073120232110066**

**SKRIPSI**

**Telah dinilai oleh panitia sidang munaqasyah skripsi  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry  
dan dinyatakan lulus serta disahkan sebagai  
tugas akhir untuk memperoleh gelar  
Sarjana S-1 Dakwah dan Komunikasi  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Diajukan Oleh :**

**YOGI PRASETYO  
NIM. 210401093**

**Pada Hari/ Tanggal  
Kamis, 21 Agustus 2025 M  
Muharram 1447 H**

**di  
Darussalam, Banda Aceh  
Panitia Sidang Munaqasyah**

**Ketua,**



**Dr. A. Rani, M.Si  
NIP 196312311993031035**

**Anggota I,**



**Anita, S. Ag., M. Hum.  
NIP. 197109062009012002**

**Sekretaris,**



**Arif Ramdan, S. Sos. I., M.  
NIP 1980073120232110066**

**Anggota II,**



**Hafifah, S. Sos., M. Ag.  
NIP. 199009202019032015**

**Mengetahui,**

**7Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry,**



**Prof. Dr. Kusmawati Hatta, MPd**

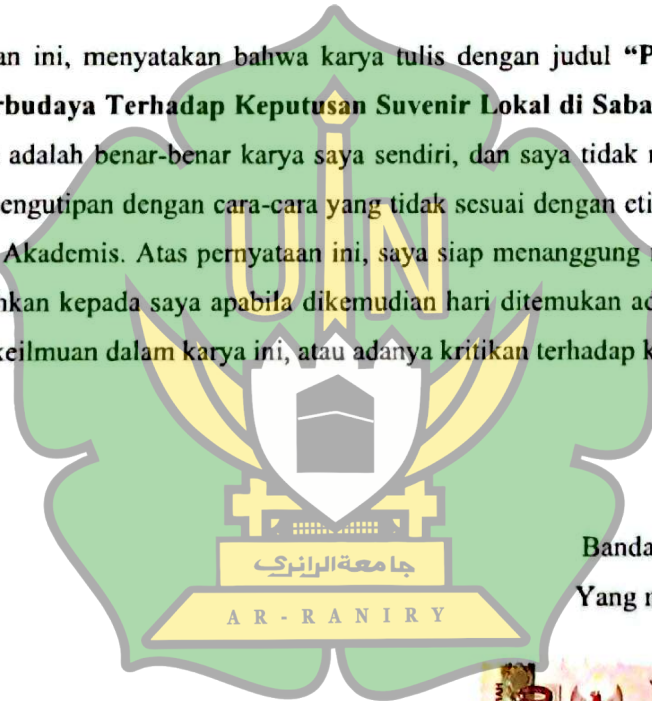
**NIP. 196412201984122001**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yogi Prasetyo  
NIM : 210401093  
Jenjang : Strata Satu (S1)  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini, menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **“Pengaruh Komunikasi Antarbudaya Terhadap Keputusan Suvenir Lokal di Sabang”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam dunia Akademis. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko dan sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya ini, atau adanya kritikan terhadap keasliannya.



Banda Aceh, 02 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Yogi Prasetyo

NIM. 210401093

## KATA PENGANTAR



Penulis mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa mengiringi setiap langkah hidup, sehingga penulis diberi kemampuan untuk menjalankan berbagai tanggung jawab hingga saat ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang menjadi teladan dalam setiap aspek kehidupan. Dengan segala rasa syukur dan berkat kasih sayang-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Komunikasi Antar Budaya terhadap Keputusan Pembelian Suvenir Lokal di Sabang”. Skripsi ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan karya ini, terutama kepada:

1. Teristimewa saya berterimakasih kedua orang tua saya, pertama itu Bapak saya, Bapak Suetno, pejuang sekaligus menjadi peran utama dibalik layar perjuangan sang penulis, alhamdulillah penulis bisa sampai ke tahap akhir ini berkat doa dan dukungan beliau, tak lupa juga surganya penulis, wanita hebat ibu Nirawati yang selalu mendoakan dan selalu memberikan dukungan penuh terhadap penulis. Terimakasih atas segala hal yang sudah diberikan dan di perjuangkan untuk mendukung penulis sehingga bisa sampai di titik ini.

2. Selajutnya sang penulis ingin berterimakasih kepada abang kandung pertama saya Bagus Ardiansyah yang sudah memberikan kebutuhan dan membantu banyak hal sehingga memudahkan sang penulis bisa menyelesaikan masa studi. Semoga Allah membalaskan setiap lelahmu dengan rezeki yang berlipat ganda.
3. Ketiga, saya ingin berterimakasih kepada saudara kandung, abang kedua (Bagas Setiawan) dan adik adik saya (Sekar Dzulqaidah, Anjas Fauzil, Hafif Firdaus) yang selalu membantu sang penulis.
4. Bapak Prof. Dr. Mujiburrahman, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di kampus biru tercinta.
5. Ibu Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
6. Bapak Syahril Furqany, M.I.Kom selaku Kaprodi KPI yang baik hati dan Ibu Hanifah, M.Ag selaku Sekretaris Prodi yang telah banyak memberi saran masukan
7. Bapak Dr. A. Rani, M.Si selaku selaku Dosen Pembimbing I dan Arif Ramdan, S. Sos. I., M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberi saran dan bimbingan selama proses penulisan skripsi yang peneliti lakukan.
8. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
9. Tidak lupa saya ucapkan banyak terimakasih kepada keluarga BBI (Hafiza Mutthari Irsha, Tengku Putri Isna, Geri Hasbullah, Bagus Ferdiana, Ikhsan, Asyraful Anam, M fatin Hafiz, Memet, Rizky Adiatama, Cut Ghina, Syahbilal, Iklima, dan Mila Aulia) yang sama-sama berjuang dan selalu membantu dalam segala hal, memberikan ilmu dan wawasan, serta selalu memberikan warna, ceria, cerita dan banyak hal hal baru di kehidupan penulis, sebuah penghargaan luar biasa punya teman seperti keluarga di rantauan, semoga selalu di berikan kesehatan dan sukses dikemudian hari.

10. Terimakasih kepada Organisasi dan Komunitas (Komunitas Film Trieng, Himpunan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ar-Raniry TV, Duta Gender Ar-Raniry, dan KPI United) yang memberikan pengalaman, membangun wawasan penulis dan juga menjadi tempat belajar serta mengasah skill selama masa studi penulis.
11. Dan terakhir penulis ucapkan terimakasih kepada semua Orang-orang baik yang tidak dapat saya ucapkan satu persatu yang turut membantu penulis selama masa studi. Semoga segala kebbaikannya dibalas dengan kebaikan yang lainnya.



## DAFTAR ISI

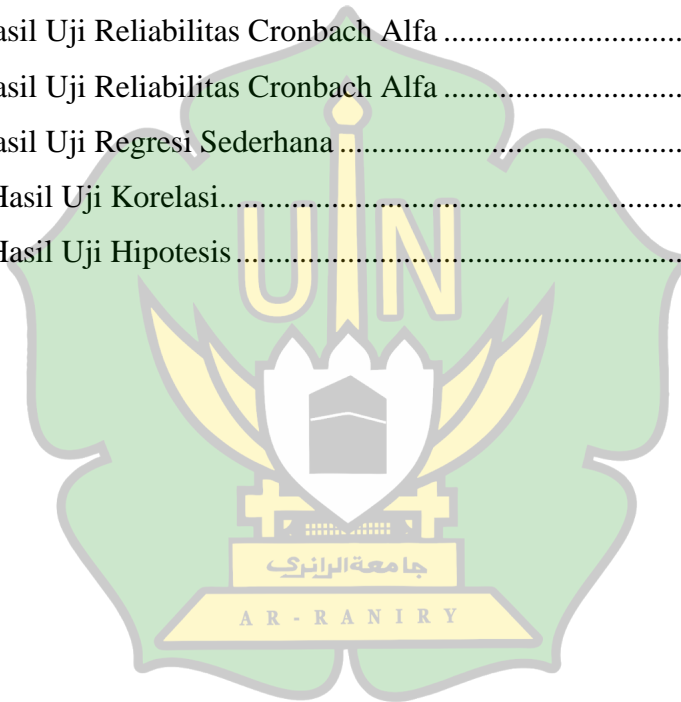
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAK .....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Definisi Oprasional .....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
A. Komunikasi .....	13
B. Komunikasi Antar Budaya.....	15
C. Suvenir .....	29
D. Keputusan pembelian.....	29
E. Penelitian terdahulu.....	31
F. Teori yang digunakan.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Pendekatan dan jenis penelitian.....	33
B. Lokasi dan waktu penelitian.....	34
C. Populasi dan Sampel.....	34
D. Teknik pengumpulan data.....	38
E. Definisi Oprasional variabel .....	40
F. Teknik Analisi Data .....	41
BAB VI HASIL PENELITIAN .....	45
A. Gambaran Umum Penelitian.....	45
B. Penyajian Data .....	49

C. Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	71
DAFTAR LAMPIRAN.....	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	86



## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 jumlah presentase asal daerah .....	46
Tabel 4. 2 Presentase Berdasarkan Usia .....	47
Tabel 4. 3 Presentase Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4. 4 presentase frekuensi berkunjung .....	49
Tabel 4. 5 Hasil uji Validitas Variabel X .....	50
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alfa .....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alfa .....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Sederhana .....	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Korelasi .....	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis .....	55



## ABSTRAK

**Nama** : Yogi Prrasetyo  
**Nim** : 210401093  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Komunikasi Antarbudaya Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Lokal Di Sabang  
**Prodi** : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
**Fakultas** : Dakwah dan Komunikasi

Kota Sabang merupakan destinasi wisata unggulan yang banyak dikunjungi wisatawan dari berbagai latar belakang budaya. Dalam konteks ini, pedagang souvenir dituntut memiliki kemampuan komunikasi antarbudaya yang baik guna memberikan pelayanan yang memuaskan dan mendorong keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Sampel diambil secara purposive sebanyak 60 responden wisatawan lokal yang berkunjung ke KM0 Kota Sabang selama libur Idul Fitri 1446 H. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara komunikasi antarbudaya dengan keputusan pembelian souvenir, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,651 dan nilai signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ). Selain itu, 40% responden menyatakan sangat setuju dan 31,7% setuju bahwa pelayanan pedagang sudah baik, mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap pelayanan. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi antarbudaya yang efektif, baik secara verbal maupun non-verbal, mampu meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong pembelian souvenir lokal. Dengan demikian, komunikasi antarbudaya berperan penting dalam mendukung keberhasilan sektor perdagangan dan pariwisata lokal di Kota Sabang.

**Kata kunci:** *Komunikasi antarbudaya, keputusan pembelian, souvenir lokal, kepuasan pelanggan, Kota Sabang.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **A. Latar Belakang.**

Kota Sabang merupakan kota yang memiliki letak di ujung barat Indonesia. Sabang telah mejadi salah satu destinasi wisata yang sangat menarik dan mempunyai potensi besar dalam menarik wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Dengan keindahan alamnya yang memukau serta kekayaan budaya lokal yang unik, Kota Sabang menawarkan pengalaman wisata yang istimewa bagi para pengunjung. Namun, untuk memaksimalkan potensi tersebut, keberhasilan dalam penjualan oleh-oleh dan suvenir menjadi salah satu faktor yang sangat penting. Oleh-oleh dan suvenir tidak hanya berfungsi sebagai kenang-kenangan yang dibawa pulang oleh para wisatawan, tetapi juga memiliki peran yang lebih mendalam sebagai simbol representasi budaya setempat yang dapat memperkuat kesadaran, minat, dan kecintaan para wisatawan terhadap destinasi tersebut. Dengan adanya komunikasi antar budaya ini akan memberikan kesan berbeda, oleh-oleh dari Kota Sabang dapat berkontribusi dalam mempromosikan budaya lokal secara lebih luas, sekaligus meningkatkan pengalaman wisata secara keseluruhan.

Dalam hal ini, komunikasi antar budaya memiliki peran yang sangat krusial dalam keberhasilan penjualan oleh-oleh dan suvenir di Kota Sabang. Wisatawan yang datang dari berbagai daerah membawa latar belakang budaya, nilai-nilai, serta

kebiasaan yang berbeda-beda, sehingga diperlukan strategi komunikasi komunikasi antar budaya yang tepat dan efektif untuk dapat memahami secara lebih mendalam kebutuhan, keinginan, dan preferensi mereka. Pemahaman yang baik terhadap perbedaan budaya ini akan membantu para pedagang lokal dalam merespons keinginan wisatawan dengan cara yang lebih relevan dan sesuai, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Meski perbedaan budaya sering kali menimbulkan potensi terjadinya miskomunikasi yang dapat menghambat transaksi, hal ini sebenarnya juga memberikan peluang besar bagi pedagang lokal untuk beradaptasi dengan berbagai cara dan pendekatan yang kreatif.<sup>1</sup>

Komunikasi antar budaya menjadi faktor penting, terutama mengingat Kota Sabang sering dikunjungi oleh wisatawan dari latar belakang budaya yang beragam. Kualitas dan komunikasi antar budaya antara penjual dan pembeli memiliki peran penting dalam keputusan pembeli membeli suatu produk souvenir. Ketidaksamaan dalam gaya berkomunikasi, pandangan, serta persepsi sering kali memengaruhi interaksi antara wisatawan dan pelaku usaha lokal. Kendala persepsi sering kali menjadi penghambat dalam menciptakan komunikasi yang efektif, sehingga dapat memengaruhi pengalaman wisatawan dan keputusan pembelian mereka. Kendala seperti itulah yang menjadi penting untuk memahami sejauh mana komunikasi antar

---

<sup>1</sup> Kartono. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset. hlm. 9

budaya memengaruhi keputusan pembeli dalam membeli produk lokal di Kota Sabang, dengan penekanan pada peran bahasa dalam interaksi lintas budaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara komunikasi antarbudaya dan perilaku konsumen, serta memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha dalam meningkatkan strategi komunikasi mereka. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan industri pariwisata dan ekonomi lokal di Kota Sabang dalam meningkatkan kesadaran akan komunikasi antar budaya.

Komunikasi antar budaya memiliki beragam tantangan, seperti masalah perbedaan bahasa, sehingga tidak semua orang di Kota Sabang mampu berkomunikasi dengan orang-orang dari daerah pendatang dengan menggunakan bahasa daerah pendatang tersebut. Selain itu, masyarakat tidak memahami berbagai keinginan para wisatawan.<sup>2</sup> Wisatawan lokal dari berbagai daerah di Indonesia juga membawa perbedaan dialek atau bahasa daerah masing-masing. Hal ini dapat menjadi tantangan tambahan bagi pelaku usaha lokal di Kota Sabang yang umumnya menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa Aceh. Beberapa wisatawan lokal mungkin merasa lebih nyaman menggunakan bahasa daerah mereka sendiri saat berinteraksi, sehingga penjual yang tidak memahami dialek tertentu yang akan mengakibatkan kesulitan dalam mencerna isi pesan yang terdapat dalam interaksi tersebut sehingga komunikasi tidak dapat berjalan dengan lancar. Kemampuan untuk menjembatani perbedaan ini

---

<sup>2</sup> Mulyana, Deddy. 2005. *Komunikasi Efektif Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. hlm. 32

menjadi penting dalam menciptakan pengalaman belanja yang positif. Ketika masyarakat tidak memahami apa yang diinginkan para wisatawan ini menjadi masalah dalam memberikan pelayanan terbaik, belum lagi kesalahpahaman dalam berkomunikasi akan membuat ketidaknyaman dalam menikmati pariwisata di Kota Sabang.<sup>3</sup>

Tantangan yang lain yaitu tantangan perbedaan norma dan nilai budaya, setiap budaya memiliki norma dan nilai yang berbeda, norma dan nilai tersebutlah yang nantinya dapat mempengaruhi cara orang berinteraksi. Pedagang lokal perlu memahami dan menghormati norma-norma budaya wisatawan untuk menciptakan suasana yang nyaman dan terbuka. Tantangan dalam perbedaan budaya yang dimiliki oleh masing-masing individu yang sedang berinteraksi tidak jarang dapat memunculkan beberapa konflik diantara mereka. Seperti, ketidaktahuan para wisatawan terhadap peraturan adat yang ada di wilayah Sabang atau pada masyarakat sekitar misalnya di wilayah Pulau Weh yang telah menjadi salah satu tempat wisata yang cukup populer di Sabang, pulau weh memiliki peraturan adat budaya yang berbeda dibanding beberapa wilayah di Sabang, salah satunya seperti peraturan penggunaan pakaian. Perbedaan lainnya seperti perbedaan dialek dalam berbicara yang dapat menyebabkan *misscommunication* antara masyarakat lokal dengan para wisatawan. Oleh karena itu, semua aktivitas manusia memiliki objek akibat tertentu, dan norma secara

---

<sup>3</sup> Antara News [Irman Yusuf (2016) Wisatawan Taiwan apresiasi kejujuran warga Kota Sabang] <http://aceh.antaranews.com/berita/31450/wisatawan-taiwanapresiasi-kejujuran-warga-Kota-Sabang> diakses 03 oktober 2024.

khusus memberikan akibat sosial, disamping itu tata kelakuan juga menjadi salah satu norma yang harus di perhatikan oleh pedagang lokal, dikarenakan tata kelakuan memberikan batasan pada kelakuan individu, memaksakan orang agar menyesuaikan tindakan, dan menjaga solidaritas antar masyarakat.<sup>4</sup>

Adaptasi Budaya menjadi tantangan yang memiliki peran penting bagi pedagang lokal Sabang. Pedagang lokal perlu beradaptasi dengan kebiasaan dan preferensi wisatawan. Ini termasuk memahami etika budaya dan cara berkomunikasi yang sesuai. Adaptasi budaya yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan peluang penjualan. Menurut Gerungan (1991: 55) adaptasi adalah

“suatu penyesuaian pribadi terhadap lingkungan. Penyesuaian ini dapat berarti mengubah diri pribadi sesuai dengan keadaan lingkungan, jadi dapat berarti mengubah lingkungan sesuai dengan keadaan pribadi. Adaptasi itu sendiri pada hakikatnya adalah suatu proses untuk memenuhi syarat-syarat dasar untuk tetap melangsungkan kehidupan.”

Tidak terlepas dari pendapat Gerungan kenyataannya adaptasi itu sangat diperlukan sebagai syarat dasar melangsungkan proses jual beli. Jadi, mau tak mau pedagang lokal dan wisatawan, harus mampu menghadapi masalah selama proses adaptasi.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Dr. Alo liliweri, M.S. 2002. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. LKis Yogyakarta. Hal. 47-48.

<sup>5</sup> Bima Aditya Sujana, 2021. *Dinamika Komunikasi Dalam Menghadapi Adaptasi Budaya*, Program Studi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Poli'k Pahlawan 12 Bangka. Vol. 4. No. 1

Upaya-upaya harus dilakukan oleh pedagang lokal guna untuk meningkatkan penjualan souvenir di Kota Sabang. Ini bisa berdampak langsung pada penjualan souvenir. Jika pedagang mampu menjalin komunikasi yang baik dengan wisatawan, Bahasa, norma, nilai budaya, dan adaptasi merupakan bagian penting untuk mempengaruhi penjualan souvenir lokal di Kota Sabang. mereka tidak hanya akan meningkatkan peluang penjualan tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang menguntungkan.

Dalam konteks penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi bagaimana upaya komunikasi antar budaya yang dapat diterapkan untuk meningkatkan interaksi antara pedagang lokal dan wisatawan di Kota Sabang. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengembangan strategi komunikasi Antar Budaya yang lebih baik serta meningkatkan pengalaman wisatawan saat berkunjung ke Kota Sabang.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk mengkaji masalah sosial yang telah terjadi terkait Komunikasi Antar Budaya mengenai Penjualan souvenir dengan judul penelitian “Pengaruh Komunikasi Antar Budaya terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Lokal di Kota Sabang”

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana komunikasi antar budaya pelaku usaha souvenir lokal di Kota Sabang dalam mempengaruhi keputusan pembeli?
2. Bagaimana kepuasan wisatawan lokal pada layanan penjual souvenir?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui apa saja yang di terapkan oleh pelaku pedagang souvenir lokal di Kota Sabang untuk mempengaruhi keputusan pembelian wisatawan lokal?
2. Mengukur kepuasan terhadap Kepuasan pelayanan yang di berikan pedagang souvenir lokal di Kota Sabang?

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini meningkatkan peemahaman tentang komunikasi antar budaya, terutama dalam konteks interaksi antara wisatawan dan pedagang lokal di Kota Sabang. Selain itu Penelitian ini juga berperan dalam memperkaya teori perilaku konsumen dengan memasukkan faktor komunikasi antar budaya sebagai elemen yang memengaruhi proses pengambilan keputusan, Secara lebih luas, penelitian ini akan memberikan pemahaman baru tentang bagaimana komunikasi antar budaya berperan dalam keputusan pembelian produk lokal, dalam hal ini, souvenir di Kota Sabang, Dengan memasukkan konsep komunikasi antar budaya ke dalam kajian

keputusan pembelian souvenir, penelitian ini akan memberikan kontribusi bagi pengembangan kerangka teoritis yang menghubungkan pariwisata, perdagangan lokal, dan komunikasi antar budaya.

## **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian juga banyak manfaatnya, salah satu manfaat langsung dari penelitian ini adalah memberikan wawasan yang berguna bagi pengusaha souvenir di Kota Sabang tentang bagaimana cara berkomunikasi dengan wisatawan dari berbagai latar belakang budaya. Dengan memahami pengaruh komunikasi antar budaya, pengusaha dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dan sensitif terhadap perbedaan budaya. Tidak hanya itu Penelitian ini memberikan kontribusi praktis yang penting bagi pemerintah daerah Kota Sabang dalam merancang kebijakan dan strategi promosi yang lebih efektif untuk menarik wisatawan. Pemahaman tentang komunikasi antar budaya dapat membantu pemerintah dalam merancang program pelatihan bagi pedagang lokal untuk meningkatkan keterampilan komunikasi mereka dengan wisatawan asing atau dari daerah yang berbeda. Penelitian ini juga memberikan manfaat praktis bagi wisatawan dengan memperkenalkan mereka pada pentingnya komunikasi yang efektif dalam pengalaman berbelanja. perbedaan budaya yang ada, serta dapat lebih bijak dalam memilih souvenir yang mereka beli. Bagi peneliti sendiri ini sangat bermanfaat untuk membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang komunikasi antar budaya, perilaku konsumen, dan pariwisata. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini menyajikan

data yang dapat dianalisis lebih mendalam untuk memahami lebih lanjut tentang pengaruh komunikasi antar budaya dalam konteks yang lebih luas. Peneliti lainnya dapat menggunakan temuan dari penelitian ini untuk mengeksplorasi hubungan antara faktor-faktor komunikasi budaya dengan aspek lain dari perilaku konsumen, seperti loyalitas pelanggan atau kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga memberikan dampak praktis yang signifikan dalam meningkatkan interaksi antar budaya di sektor pariwisata, serta memperkuat ekonomi lokal di Kota Sabang. Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi pengusaha, pemerintah daerah, dan pihak terkait untuk merancang kebijakan dan strategi yang lebih efektif dalam mempromosikan produk lokal dan meningkatkan pengalaman wisatawan, sekaligus mempererat hubungan antar budaya.

## **E. Definisi Oprasional**

### **1. Pengaruh**

Bedasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengaruh memiliki pengertian yaitu suatu daya yang ada atau timbul dari seseorang ataupun benda yang membentuk suatu karakteristik, perbuatan, bahkan kepercayaan seseorang. Sedangkan menurut Surakhmad pengaruh ialah suatu kekuatan yang telah muncul dari suatu individu maupun benda yang memiliki gejala yang dapat memberikan perubahan.<sup>6</sup> Dari

---

<sup>6</sup> Sukardin Sukardin, Hardian Reza Dharmayanda, and Sri Wahyu Hidayati, “*Pengaruh aplikasi-lapor terhadap kinerja aparatur negara kota bima* (Studi Kasus Dinas Pekerjaan Umum

pengertian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengaruh merupakan suatu tindakan atau perubahan yang dapat mengubah suatu perubahan dengan mengharapkan kepercayaan seseorang. Dalam penelitian ini, pengaruh akan merujuk pada suatu dampak yang telah ditimbulkan oleh interaksi komunikasi antar budaya antara pembeli dan penjual souvenir lokal di Sabang.

## 2. Komunikasi Antar Budaya

Komunikasi antarbudaya merupakan proses pertukaran pesan antara suatu individu dengan individu lainnya maupun suatu kelompok dengan kelompok lainnya yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda. Komunikasi antar budaya adalah suatu bidang kajian dalam ilmu komunikasi. Komunikasi sebagai kajian ilmu, tentu memiliki teori awal untuk pondasi berdirinya ilmu tersebut. Teori tersebut yang akan menjadi pondasi awal dalam berdirinya ilmu komunikasi antar budaya ini yang berguna untuk mengetahui masalah sosial antar budaya serta membahas fenomena sosial yang muncul seiring perkembangannya.<sup>7</sup> Pada penelitian ini, komunikasi antar budaya ialah proses perukaran pesan atau informasi antara penjual souvenir dan pembeli wisatawan luar yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda.

---

Dan Penataan Ruang Kota Bima),” JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan) 7, no. 1 (2023): 994–1003, <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4510>.

<sup>7</sup> Abdi Fauji Hadiono, 2016 ( “*Komunikasi Antarbudaya (Kajian Tentang Komunikasi Antar Budaya Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi)*. Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam Vol.VIII, Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Banyuwangi.

### 3. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong menyatakan bahwsanya keputusan pembelian suatu produk atau jasa telah dipengaruhi oleh beberapa faktor yang tidak terduga oleh para penjual, seperti biaya pendapatan, biaya yang diperoleh, serta manfaat yang telah dibayangkan dari suatu hal yang ingin dijual baik jasa maupu produk. Pada penelitian ini, keputusan pembelian adalah suatu proses emosional yang mengarahkan pada pilihan souvenir lokal di Sabang. Keputusan pembelian dalam penelitia ini akan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni faktor kebutuhan pribadi, preferensi, pengetahuan tentang souvenir, serta pengalaman sebelumnya dalam proses berkomunikasi antar budaya.

### 4. Souvenir

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata “souvenir” merupakan bentuk tidak baku dari kata “suvenir”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konotasi atau penyebutan yang sebenarnya adalah “suvenir”. Kata souvenir sendiri memiliki arti tanda mata, kenang-kenangan, ataupun cendera mata. Souvenir menjadi bukti bahwa seseorang pernah berada di suatu tempat, menjalani suatu kegiatan, serta memperkuat ikatan kita dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Pemberian souvenir tidak hanya menjadi hadiah ataupun pengingat atas suatu peristiwa yang pernah dilakukan. Sebab dalam hal ini pemberi souvenir mengungkapkan perhatian, kasih sayang, atau rasa terima kasih mereka kepada penerima yang telah berperan dalam hidupnya. Di sisi lain, penerima souvenir juga menerima ungkapan terima kasih tersebut dari pemberi

yang menunjukkan rasa hangat dan kasih sayang. Pada penelitian ini souvenir dapat diartikan sebagai suatu barang atau produk yang asli atau berasal dari budaya Sabang, yang pada umumnya dibeli sebagai suatu kenang-kenangan.

## 5. Kota Sabang

Kota Sabang ialah salah satu kota di Aceh yang mempunyai keindahan alam yang begitu luar biasa. Kota yang terletak di ujung Sumatra ini hanya memiliki luas 122,13 kilometer persegi. Berdasarkan data kependudukan yang menyatakan pada pertengahan tahun 2024 jumlah penduduk Kota Sabang sebanyak 42.717 jiwa, dengan kepadatan 350 jiwa/km<sup>2</sup>. Kota Sabang memiliki Letak posisi geografis yang sangat strategis serta mudah untuk dijangkau bagi para wisatawan yang ingin berkunjung ke kota Sabang, untuk itu destinasi wisata Kota Sabang dapat menjadi titik awal perjalanan wisata bagi mancanegara dalam menikmati pariwisata yang ada di Kota Sabang di antara . Kota Sabang dapat memiliki banyak pengunjung wisatawan karena kota Sabang memiliki beragam destinasi wisata yang dikemas secara indah dengan keindahan alam dan budaya yang dimiliki oleh kota Sabang. Semakin banyak kunjungan kapal pesiar dan semakin lama mereka singgah di Kota Sabang, maka semakin besar pengaruhnya terhadap ekonomi masyarakat setempat dan Provinsi Aceh pada umumnya.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Mawardi, Akhyar, Dedi Sufriadi, (2023). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Kota Sabang*, Universitas Abulyatama, Kabupaten Aceh Besar, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*.