

EFEK MEDIASI KEPUASAN PENDENGAR DALAM HUBUNGAN KUALITAS LAYANAN DENGAN LOYALITAS PENDENGAR RADIO CASSANOVA BALI

Kadek Silvia Ermayanti⁽¹⁾
Ni Wayan Sri Suprapti⁽²⁾
I Putu Gde Sukaatmadja⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana (UNUD), Bali, Indonesia
e-mail: silviaemyt014@yahoo.com telp: 085737212309

ABSTRAK

Dalam era modernisasi dengan globalisasi saat ini, eksistensi radio seolah terpinggirkan. Beberapa inovasi yang dilakukan oleh para pengusaha jasa radio telah mampu mengembalikan eksistensi radio sehingga tetap bias menyapa pendengarnya yang setia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran kepuasan pendengar dalam memediasi hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas pendengar Radio Cassanova Bali. Variabel-variabel yang diteliti adalah kualitas layanan, kepuasan pendengar dan loyalitas pendengar. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 105 responden pendengar radio yang terpilih berdasarkan metode *purposive sampling*. Data dianalisis dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan teknik analisis Uji Sobel yang menggunakan program SPSS. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh Radio Cassanova Bali maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan maupun loyalitas pendengar Radio Cassanova Bali, dan pendengar yang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi akan memicu loyalitas yang tinggi pula pada Radio Cassanova Bali. Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan kualitas layanan terhadap pendengar agar pendengar merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Kepuasan Pendengar, Loyalitas Pendengar.*

ABSTRACT

In the era of modernization to globalization today, the existence of radio as marginalized. Some of the innovations made by entrepreneurs radio services have been able to restore the existence of the radio so that it remains biased greets faithful listeners. The purpose of this study was to determine the role of listener satisfaction in mediating the relationship between service quality and loyalty of listeners of Radio Cassanova Bali. The variables studied were the quality of the service, satisfaction and loyalty listener listener. The data obtained by distributing questionnaires to 105 respondents selected radio listeners by purposive sampling method. The data were analyzed using path analysis (path analysis) with the help of the Sobel test analysis techniques using SPSS. The research results show that the better the quality of services provided by Radio Cassanova Bali, the higher the level of satisfaction and loyalty Cassanova Bali Radio listeners, and listeners who have a high level of satisfaction will lead to higher loyalty on Radio Cassanova Bali. The company should further improve the quality of service for the listener the listener to feel satisfied with the services provided.

Keywords: *Quality of Service, Listener Satisfaction, Loyalty Listener.*

PENDAHULUAN

Dalam era modernisasi dengan globalisasi saat ini, eksistensi radio seolah terpinggirkan. Radio sebagai mana yang punya rekam jejak menakjubkan pada masa awal kemerdekaan, era demokrasi terpimpin, hingga Orde Baru, kini perannya seolah mati suri oleh kehadiran Media Televisi, Internet, hingga Telepon Selular (*Mobile Media*). Sampai akhir dekade 1980-an masih dapat disaksikan minat masyarakat Indonesia terhadap siaran radio masih sangat tinggi. Sandiwara radio di radio-radio swasta, pertandingan bulutangkis tingkat internasional di RRI pusat, hingga siaran pertandingan sepakbola Liga Galatama dan Perserikatan yang juga selalu disiarkan secara langsung oleh stasiun RRI daerah menjadi pusat perhatian masyarakat pendengar radio. Baru pada awal 1990-an ketika stasiun televisi swasta bermunculan menyajikan dua alternatif tayangan yang lebih menarik, maka gaung siaran radio menurun secara drastis. Dengan kekuatan visualnya, televisi berhasil memberikan sesuatu yang tidak dipunyai oleh radio.

Beberapa inovasi dan strategi kreatif yang dilakukan oleh para penggiat radio, media radio ini kini mampu kembali menyapa pendengarnya yang masih tersisa. Terutama dengan kecepatan informasi yang dimiliki radio, para pekerja/karyawan dan pelajar di beberapa kota besar tetap menikmati siaran radio. Saat ini hampir setiap individu mendengarkan radio, baik saat senggang, berada di perjalanan atau pun mengerjakan pekerjaan seringkali diiringi dengan acara-acara yang disajikan oleh stasiun radio. Hal ini yang mendorong bisnis radio berkembang dengan pesat. Disisi

lain, pesatnya bisnis radio juga disebabkan adanya prediksi bahwa bisnis radio masih tetap menjanjikan, hal ini dapat dilihat dari jumlah stasiun radio kini cukup banyak. Indikasi ini bisa dilihat dari iklan yang menopang hidup matinya sebuah stasiun radio, dari tahun ke tahun terlihat terus meningkat. Total belanja iklan radio pada 2000 mencapai Rp 200 miliar, tahun 2001 meningkat menjadi Rp 340 miliar dan tahun 2002, belanja iklan radio melesat naik menjadi Rp 408 miliar (AC Nielsen dalam Sinar Harapan, 10 Februari 2003).

Keunggulan media radio adalah mempunyai kemampuan untuk menstimulasi imajinasi pendengar dan fleksibilitasnya dalam penyajian informasi dengan ragam bentuk sajian seperti dramatisasi, diskusi dan ceramah atau dialog. Prinsip utama siaran radio yaitu visualisasi, yakni berkontemplasi, berimajinasi, membayangkan “berbicara kepada seorang konsumen yang duduk di depan kita” (Romli, 2009).

Pendengar radio adalah orang yang mendengarkan siaran radio. Orang mempunyai sikap simpati dan empati kepada sebuah objek yang mengesankan sehingga muncul rasa suka, simpati, cinta, dan menarik. Bisa dari jenis lagu, suara penyiar, sikap penyiar, atau memang merasa sebagai kebutuhan. Ada beberapa tipe pendengar, pertama pendengar aktif yaitu pendengar yang mempunyai keterlibatan langsung dengan acara. Kedua pendengar pasif, jumlahnya tidak terbatas dan sulit untuk mendeteksi pendengar pasif, yaitu mereka yang hanya mendengarkan dan tidak berinteraksi langsung dengan penyiar.

Dalam psikologi konsumen radio disebut sebagai pendengar. Loyalitas pendengar bagi sebuah perusahaan radio akan berdampak pada meningkatnya iklan perusahaan, seiring dengan perkembangan persaingan dalam dunia bisnis hiburan. Sebuah perusahaan radio haruslah mengetahui apa yang menjadi keinginan para konsumennya (pendengar radio). Mengadaptasi dari Griffin (2005), loyalitas merupakan konsep perilaku (*behavior*) yang menunjukkan penggunaan jasa non-random yang diungkapkan dari waktu ke waktu. Pentingnya loyalitas konsumen bagi perusahaan saat ini maka, seluruh perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa selalu berusaha agar konsumen loyal terhadap perusahaan. Keinginan untuk mendapatkan konsumen yang loyal terhadap perusahaan juga dialami oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang layanan khususnya penyiaran radio. Pada saat ini begitu banyak bermunculan berbagai station radio, sehingga kemungkinan pendengar untuk berpindah pada radio lain. Dalam upaya mendapatkan loyalitas dari konsumen, perusahaan sebaiknya memperhatikan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

Radio Cassanova Bali merupakan perusahaan jasa yang bergerak dibidang penyiaran radio yang berdiri dibawah naungan PT Radio Suara Denpasar Chakti. Radio Cassanova didirikan pada tanggal 6 Desember 1968 oleh pendirinya Komang Wirawan. Kata 'Cassanova' berarti seorang pria yang disukai banyak wanita. Cassanova merupakan salah satu radio berusia tua yang ada di Bali. Namun dengan gejolak persaingan antara bisnis hiburan jasa penyiaran radio yang sangat banyak di

Bali, Cassanova sebagai radio anak muda pertama yang ada di Bali harus bisa menjadi *Market Leader* diantara radio-radio lainnya seperti Phoenix radio, Penguin Radio, CDBS, FBI, Menara FM, dan radio-radio lainnya yang berdomisili di Bali. Banyak penyiar yang sudah sukses selepas dari radio dengan lambang kelinci *playboy* ini. Cassanova juga memiliki *fans* yang tergabung dalam *fans Club* Cassanova dimana mereka yang menjadi pendengar aktif. Meskipun usianya sudah lanjut, seringkali Radio Cassanova Bali mendapatkan penghargaan tertinggi KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) Bali tentunya hal tersebut tidak lepas dari inovasi-inovasi yang selalu dilakukan terutama dalam sektor kualitas layanan dan kepuasan konsumen sehingga terbentuklah pelanggan yang loyalitas..

Menurut penelitian Akbar dan Parvez (2009) faktor-faktor pembentuk loyalitas pelanggan adalah kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Pada umumnya jumlah pelanggan yang tidak puas pada sebuah jasa dan menyampaikan keluhannya tidaklah sebanyak pada kasus ketidakpuasan terhadap barang. Sehingga perilaku komplain dari pelanggan yang tidak puas akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Apabila pelanggan tersebut merasa puas, maka pelanggan tersebut akan menggunakan jasa yang ditawarkan kembali, sebaliknya apabila pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan cenderung akan melakukan perilaku komplain dan tidak akan menggunakan jasa ditawarkan kembali.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pendengar Radio Cassanova Bali; (2) untuk mengetahui

pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pendengar Radio Cassanova Bali; (3) untuk mengetahui pengaruh kepuasan pendengar terhadap loyalitas pendengar Radio Cassanova Bali; dan (4) untuk mengetahui peran kepuasan pendengar sebagai variabel mediasi dalam hubungan kualitas layanan dengan loyalitas pendengar Radio Cassanova Bali.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Untuk memperoleh jawaban atas tujuan penelitian, beberapa konsep yang digunakan dan hasil-hasil studi empiris yang dicacu diuraikan pada bagian berikut.

1. Kualitas Layanan

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler dan Keller, 2009 : 143). Dalam memberikan layanan yang berkualitas sebagai usaha untuk mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan dapat berpedoman pada dimensi kualitas jasa. Tjiptono dan Chandra (2013:75) menjelaskan bahwa terdapat lima dimensi pokok dalam menganalisis atau mengukur kualitas jasa, yaitu: (1) *reliability*; (2) *responsiveness*; (3) *empathy* (4) *assurance*; dan (5) *tangibles*.

2. Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2009 :138) menyatakan kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Tjiptono dan Chandra (2013:318) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu : (1) sistem keluhan dan saran; (2) *ghost shopping*; (3) *lost customer analysis*; dan (4) survai kepuasan pelanggan.

3. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas adalah respon perilaku pembelian yang dapat terungkap secara terus menerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek *alternative* dari sejumlah merek sejenis dan merupakan fungsi proses psikologis (Dharmayanti, 2006:37-38). Menurut Hasan (2008:83) loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Selain itu, loyalitas menunjukkan kondisi dari durasi waktu dan mensyaratkan bahwa tidak kurang dari dua kali (Griffin, 2005:5). Tjiptono dan Chandra (2013) mengemukakan enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu : (1) pembelian ulang; (2) kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut; (3) selalu menyukai merek tersebut; (4) tetap memilih merek tersebut; (5) yakin bahwa merek tersebut yang terbaik; dan (6) merekomendasikan merek tersebut pada orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan

Hasil penelitian Hermawan (2009) yang dilakukan terhadap mahasiswa UIN Malang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pendengar radio Simfoni FM dengan variabel yang dominan adalah variabel perhatian. Atmawati dan Wahyuddin (2004) serta Hidayat (2009) menunjukkan hasil kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang dapat diajukan sebagai berikut:

H1 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan

2. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Angelita (2008) menunjukkan hasil adanya hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan loyalitas pendengar radio. Semakin baik kualitas layanan, maka loyalitas pendengar radio semakin tinggi, dan sebaliknya. Agung (2006) dan Dama (2010) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang dapat diajukan sebagai berikut:

H2 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas

3. Pengaruh kepuasan pendengar terhadap loyalitas

Penelitian Permadi (2013) juga menyebutkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pendengar. Hasil penelitian Aryani dan Rosinta (2010) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara kualitas layanan KFC terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa Fisip UI. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang dapat diajukan sebagai berikut:

H3 : Kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas

4. Kepuasan pendengar merupakan variabel mediasi dalam hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas

Penelitian yang dilakukan Sutanto (2008) menunjukkan bahwa kualitas layanan melalui kepuasan konsumen tidak secara signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen apartemen di Kota Surabaya. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dinyatakan bahwa terdapat hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas bukan sebagai variabel mediasi, maka dalam penelitian ini hipotesis yang dapat diajukan adalah:

H4 : Kepuasan pendengar secara signifikan memediasi hubungan kualitas layanan dengan loyalitas pendengar Radio Cassanova Bali.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar dikarenakan sebagian besar pendengar Radio Cassanova berada di Denpasar sehingga lebih mudah dijangkau. Populasi dari penelitian ini yaitu pendengar aktif khusus periode 2013 yang tercatat dalam buku fans club Radio Cassanova Bali (Cassanovans) dengan jumlah populasi 204 orang. Sampel yang digunakan sebanyak 105 responden, menggunakan metode *non-probability* sampling dengan teknik *purposive* sampling. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, kepuasan pendengar dan loyalitas pendengar dengan jumlah indikator sebanyak 15 indikator. Data dianalisis dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan teknik analisis Uji Sobel yang menggunakan program *SPSS*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner sebanyak 105 responden ditemukan hasil, sebagian besar responden lebih banyak laki-laki daripada perempuan, yaitu sebanyak 69 orang (65,7 persen). Pada kategori usia, jumlah responden terbesar berada pada kelompok usia 16 – 20 tahun yaitu sebesar 45 orang (42, 9 persen) dan pada kategori pendidikan jumlah responden terbesar berada pada masa pendidikan kuliah yaitu sebesar 48 orang atau 45,7 persen.

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Uji validitas menghasilkan nilai korelasi 0,762 hingga 0,937, dimana nilai tersebut memiliki nilai koefisien korelasi di atas 0,3 dan hasil ini dinyatakan valid. Uji reliabilitas memberikan hasil bahwa nilai keseluruhan *cronbach's alpha* seluruh variabel berada diatas 0,6 yaitu 0,889 hingga 0,917 dimana hasil ini dinyatakan reliabel.

Hasil Analisis Data

Berdasarkan teknik analisis jalur, diperoleh hasil analisis sebagai berikut.

Tabel 4.9 Summary dan Koefisien Jalur 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.461	.456	2.51901

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan (X)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	559.186	1	559.186	88.124	.000 ^a
	Residual	653.577	103	6.345		
	Total	1212.763	104			

a. Predictor : (Constant), Kualitas Layanan (X)

b. Dependent Variabel: Kepuasan Pendengar (Y1)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.032	.962		4.192	.000
X	.539	.057	.679	9.387	.000

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pendengar (Y1)

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.9 diperoleh persamaan :

Substruktur 1

$$Y_1 = \beta_1 X + e_1$$

$$Y_1 = 0,679 X + e_1$$

Tabel 4.10 Summary dan Koefisien Jalur 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.920 ^a	.846	.843	1.97861

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pendengar(Y1), Kualitas Layanan (X)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	MeanSquare	f	Sig
1	Regression	2197.968	2	1098.984	280.719	.000 ^a
	Residual	399.319	102	3.915		
	Total	2597.287	104			

a. Predictor : (Constant), Kepuasan Pendengar(Y1),Kualitas Layanan (X)

b. Dependent Variabel: Loyalitas Pendengar (Y2)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.469	.818		.574	.567
	X	.372	.061	.320	6.051	.000
	Y1	.984	.077	.672	12.709	.000

a. *Dependent Variable:* Loyalitas Pendengar(Y2)

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.10 diperoleh persamaan :

Substruktur 2

$$Y_2 = \beta_2 X + \beta_3 Y_1 + e_2$$

$$Y_2 = 0,320X + 0,672Y_1 + e_2$$

Hasil Uji Sobel

Berdasarkan hasil analisis SPSS, diperoleh koefisien jalur a beserta standar *error* dari koefisien jalur a (atau disebut dengan S_a), dan diperoleh koefisien jalur b beserta standar *error* dari koefisien jalur b (atau disebut dengan S_b). *Sobel test* akan menghasilkan standar *error* dari pengaruh tidak langsung X terhadap Y (Y2) melalui mediasi m (Y1), yaitu koefisien ab, dengan standar deviasi ab sebesar 0,524 dan nilai Z sebesar 0,871.

Standar Error Estimate dan Determinasi Total

Berdasarkan hasil perhitungan rumus koefisien determinasi total, maka diperoleh bahwa keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model adalah sebesar 91,7 persen atau dengan kata lain informasi yang terkandung dalam data sebesar 91,7 persen dapat dijelaskan oleh model, sedangkan sisanya yaitu 8,3 persen dijelaskan oleh variabel lain (tidak terdapat dalam model) dan *error*.

Pengujian Hipotesis

Pada prinsipnya dalam menjawab hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dilakukan melalui analisis jalur. Karena sudah terstandar, maka koefisien jalur yang lebih besar akan lebih signifikan dibandingkan dengan koefisien jalur yang lebih kecil. Koefisien jalur diperoleh dengan membuat persamaan struktural yaitu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan.

1) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pendengar

Berdasarkan hipotesis yang pertama menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan pendengar Radio Cassanova Bali dikarenakan hasil perhitungan menunjukkan taraf signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$. Hasil penelitian ini juga didukung penelitian sebelumnya dari Hermawan (2009) yang dilakukan terhadap mahasiswa UIN Malang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pendengar radio Simfoni FM dengan variabel yang dominan adalah variabel perhatian. Atmawati dan Wahyuddin (2004) serta Hidayat (2009) menunjukkan hasil kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pendengar

Berdasarkan hipotesis yang kedua menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pendengar Radio Cassanova Bali, artinya hasil perhitungan menunjukkan taraf signifikan sebesar $0,000 \leq 0,05$. Hasil penelitian ini juga didukung penelitian sebelumnya dari Angelita (2008) menunjukkan hasil adanya hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan loyalitas pendengar radio. Semakin baik kualitas layanan, maka loyalitas pendengar radio semakin tinggi, dan sebaliknya. Agung (2006) dan Dama (2010) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

3) Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar

Berdasarkan hipotesis yang ketiga menunjukkan bahwa kepuasan pendengar berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pendengar Radio Cassanova Bali, artinya hasil perhitungan menunjukkan taraf signifikan sebesar $0,000 \leq 0,05$. Hasil penelitian ini juga didukung penelitian sebelumnya dari Alfazriani (2011) yang dilakukan terhadap pendengar yang terkumpul dalam 993 *friends* dan Paguyuban Pari mendapatkan hasil bahwa kepuasan dan loyalitas memiliki hubungan yang signifikan dan variabel responsivitas serta empati memberikan sumbangsih yang signifikan. Penelitian Permadi (2013) juga menyebutkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pendengar. Hasil penelitian Aryani dan Rosinta (2010) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara kualitas layanan KFC terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa Fisip UI.

4) Kepuasan Pendengar Merupakan Variabel Mediasi Dalam Hubungan Antara Kualitas Layanan Dengan Loyalitas Pendengar

Berdasarkan hipotesis yang keempat menunjukkan bahwa kepuasan pendengar secara signifikan memediasi hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas pendengar Radio Cassanova Bali dikarenakan hasil kalkulasi $Z = 0,871 < 1,96$. Hasil penelitian ini berlawanan dengan penelitian sebelumnya dari Sutanto (2008) menunjukkan bahwa kualitas layanan melalui kepuasan konsumen tidak secara signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen apartemen di Kota Surabaya. Menurut

Iskandar (2012) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kepuasan dan kepercayaan nasabah belum mampu memediasi sebagai *intervening* antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan pada satu obyek yaitu pendengar Radio Cassanova Bali yang berdomisili di Kota Denpasar. Responden penelitian hanya yang tercatat dalam buku fans club Radio Cassanova Bali yang baru masuk pada tahun 2013, sedangkan masih ada pendengar lainnya tetapi tidak terdaftar. Karena itu hasil penelitian ini tidak bisa digeneralisasi pada lingkup di luar sampel penelitian.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

- 1) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pendengar Radio Cassanova Bali. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh Radio Cassanova Bali maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pendengar Radio Cassanova Bali.
- 2) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pendengar Radio Cassanova Bali. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh Radio Cassanova Bali maka akan semakin tinggi loyalitas pendengar terhadap Radio Cassanova Bali.

- 3) Kepuasan pendengar berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pendengar Radio Cassanova Bali. Hasil ini menunjukkan bahwa pendengar yang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi akan memicu loyalitas yang tinggi pula pada Radio Cassanova Bali.
- 4) Kepuasan pendengar secara signifikan memediasi hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas pendengar. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pendengar dapat dinyatakan sebagai pemediasi antara kualitas layanan dengan loyalitas pendengar Radio Cassanova Bali.

Saran

Berdasarkan simpulan di atas maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

- 1) Bagi Radio Cassanova Bali
Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan kualitas layanan terhadap pendengar agar pendengar merasa puas dengan layanan yang diberikan, baik itu menambahkan program baru atau pun kualitas penyiar dijaga agar tetap baik sehingga Radio Cassanova memiliki pendengar yang loyal dan mampu bersaing dengan radio-radio baru yang banyak bermunculan di daerah Bali sendiri.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya
Keterbatasan dalam penelitian ini hendaknya dapat disempurnakan lagi pada penelitian selanjutnya dengan cara menambahkan faktor-faktor lain yang dapat mendorong kepuasan pendengar dan loyalitas pendengar. Selain itu,

penelitian hendaknya tidak membatasi daerah pengambilan sampel hanya pada satu daerah saja, tetapi diperluas hingga dapat mewakili populasi yang lebih luas. Penelitian selanjutnya diharapkan objek pendengar radio lainnya atau menggunakan beberapa *station* radio dengan melibatkan responden dari kelompok pendengar yang tercatat maupun kelompok pendengar bebas. Melalui cara ini hasil penelitian akan lebih menunjukkan hasil yang mewakili pendengar yang lebih beragam.

REFERENSI

- Agung, Ken Hermanto. 2006. Analisis Pengaruh Kualitas layanan, Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Tesis* Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Smrg.
- Akbar, M.M. & Parvez, N. 2009. Impact of Service Quality, Trust, And Customer Satisfaction Engender Customers Loyalty. *ABAC Journal*, 29.
- Alfazriani, Iretta. 2011. Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Sheba FM. *Skripsi* Fakultas Psikologi Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, Jkt.
- Angelita, Rima Lilian. 2008. Loyalitas Pendengar Radio Ditinjau Dari Kualitas Layanan. *Skripsi* Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata, Smrg.
- Aryani, Dwi, dan Febrina Rosinta. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17 (2), pp: 114-126.
- Atmawati, Rustika, dan M. Wahyuddin. 2004. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 5 (1), pp: 54-61.
- Baron, R. M., Kenny D. A. 1990. The Modiator-mediator variabel distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical

- considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*. 51. Pp. 1173-1182.
- Beerli, A., Martin, J.D., & Quintana, A. 2004. A Model of Customer Loyalty in The Retail Banking Market. *European Journal of Marketing*, 38 (3/2), pp: 253-275.
- Caruana, A. 2002. Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36 (7/8), pp: 811-828.
- Dama, Hais. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pendengar Pada Bank Mandiri Cabang Gorontalo. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo*, 7 (2), pp: 33-45.
- Dharmayanti, Diah. 2006. Analisis Dampak *Service Performance* dan Kepuasan Sebagai *Moderating Variable* Terhadap Loyalitas Pendengar (Studi pada Pendengar Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1 (1), pp: 35-43.
- Gilbert, G.R. et.al. 2004. Measuring Customer Satisfaction in The Fast Food Industry: A cross-national Approach. *The Journal of Services Marketing*, 18 (5), pp: 371-383.
- Griffin, Gill. 2005. *Customer Loyalty*. Jkt: Penerbit Erlangga
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Median Utama, Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hermawan, M. Eka. 2009. Analisis Daya Saing Kualitas Siaran Radio Simfoni FM Terhadap Kepuasan Pendengar. *Skripsi* Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Mlg.
- Hidayat, Rachmad. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Pendengar Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pendengar Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11 (1), pp: 59-72.
- Iskandar, diby. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Perbankan*, 20 (23), pp: 1-14.
- K. Hsu, Maxwell, Richard G. Cummings, and Stephen W. Wang. 2014. Business Students' Perception Of University Library Service Quality And Satisfaction. *Contemporary Issues In Education Research*, 7 (2), pp: 137-144.

- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jkt: Erlangga
- Mowen, J. C and Michael Minor. 2001. *Consumer Behavior: A Framework*
- Permadi, Bagus Haryo. 2013. Pengaruh Motif Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pendengar Program Siaran Obat Tidur Radio EBS FM Surabaya. *Journal.unair.ac.id*, 9 (2), pp: 63-73.
- Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. 2002. *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*. Home-wood. Illinois: Richard D. Irwin *Incorporation*.
- Putri, Nichita Heryananda. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan PT. Radio Dino 90,9 FM Samarinda Terhadap Kepuasan Pemasang Iklan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulyawarman*, 1 (3), pp: 467-478.
- Seiler, Volker. 2013. The influence of socio-demographic variabels on customer satisfaction and loyalty in the private banking industry. *International Journal of Bank Marketing*, 31 (4), pp: 235-258.
- Seffy, Virnanda Tiara, Patdono Suwignjo, dan Budi Santosa. 2010. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Komplain, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: PT Garuda Indonesia Palembang)
- Siddiki, Kazi Omar. 2011. Interrelations between Service Quality Attributives, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh. *Internasional Journal of Business and Management*. 6 (3).
- Sobel, M. E. 1982. *Asymtotic Confidence intervals for indirect effects in structural equation models*. In S. Leinhardt (Ed.), *Sociological Methodology 1982* (pp.290-312). Washington DC: American Sociological Association.
- Solimun, 2005. *Aplikasi software Amos: Structural Equation Modeling*.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bdg: Penerbit Alfabeta
- Susanto, Jeanne Ananti. 2008. Pengaruh Service Quality dan Perceived Value terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Apartemen Di Kota Surabaya. *Jurnal Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala*. 17 (3), pp: 286-301.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra. 2013. *Pemasaran Strategik*. Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Andi

Wirawan, 2002. *Cara Mudah Memahami Statistik 2 (Statistik Inferensial)*, Edisi kedua, Keraras Emas, Dps.

Zeithaml L, Valerie A, Parasuraman, Leonardo L. Berry. 1988. Servqual a Multiple – Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal and Retailing*. 64. pp:12-40.