



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pendengar RRI Pro 1 Fm 91.2 Mhz Jakarta

Ida Nur Aprilia¹, Ety Nurhayaty²

^{1,2} Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

Email: ¹ idanuraprilia18@gmail.com, ² ety.eyy@bsi.ac.id

Abstract. *In the era of increasingly strict media digitalisation, it encourages the birth of various new media, especially those related to advances in the information technology sector which provide alternative access. Service quality is very important for companies, with the quality of service provided can affect satisfaction and will have an impact on long-term loyalty to RRI PRO 1 Jakarta listeners. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and satisfaction on the loyalty of RRI PRO 1 Jakarta listeners. The analysis method in this study uses several test stages ranging from validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, linearity test, multiple linear regression, t test, f test, determination test. The sampling method in this study was purposive sampling technique. The results showed that the service quality variable had a positive and significant effect on listener loyalty with a value of $0.028 > 0.05$, while the satisfaction variable had a significant effect on loyalty with a value of $0.012 > 0.05$ while in the simultaneous hypothesis test, service quality and satisfaction had a positive effect on the loyalty of RRI PRO 1 Jakarta listeners obtained an F value of 7.535.*

Keywords: *Service Quality, Satisfaction, Loyalty*

Abstrak. Di era digitalisasi media yang semakin ketat mendorong lahirnya berbagai media baru, terutama yang berkaitan dengan adanya kemajuan pada sektor teknologi informatika yang memberikan akses alternatif. Kualitas pelayanan sangatlah penting bagi perusahaan, dengan adanya kualitas pelayanan yang diberikan dapat mempengaruhi kepuasan dan akan berdampak pada loyalitas dalam jangka panjang pada pendengar RRI PRO 1 Jakarta. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pendengar RRI PRO 1 Jakarta. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan beberapa tahap uji mulai uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji linieritas, regresi linier berganda, uji t, uji f, uji determinasi. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dengan teknik *Purposive Sampling*. Alat bantu pengujian menggunakan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pendengar dengan nilai sebesar $0,028 > 0,05$, sementara variabel kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dengan nilai sebesar $0,012 > 0,05$ sedangkan pada uji hipotesis secara simultan, kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pendengar RRI PRO 1 Jakarta yang diperoleh nilai F sebesar 7,535.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas

1. PENDAHULUAN

Di era digitalisasi media yang semakin ketat mendorong lahirnya berbagai media baru, terutama yang berkaitan dengan adanya kemajuan pada sektor teknologi informatika yang memberikan akses alternatif. Teknologi informasi menjadikan segala sesuatu sangat mudah dalam kehidupan manusia untuk mendapatkan informasi terkini. Aksesibilitas dalam menjangkau media sosial menunjukkan kemajuan terkait dengan teknologi informasi sehingga informasi yang didapatkan oleh masyarakat berdampak pada perkembangan di wilayah tersebut. Informasi menjadi suatu hal yang sangat penting bagi setiap masyarakat untuk meningkatkan wawasan dalam memperbarui pengetahuan mereka.

Surat kabar, media daring, majalah, televisi, dan radio merupakan jenis media massa yang telah berkembang dengan baik saat ini. Di antara media massa tersebut, radio merupakan salah satu jenis media massa yang menyiarkan pesan kepada masyarakat umum secara luas dan memiliki keunggulan yang dapat diakses dengan mudah. Pada tahun 2022 tenaga ahli program dan produksi LPP RRI mengungkapkan bahwa 46,9% masih menggunakan radio kemudian hasil riset yang dilakukan oleh wearesocial.com yang dirilis pada Januari 2024 menyatakan bahwa 51,1 % masih mendengarkan menggunakan radio. Hal ini dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan dalam mendengar radio untuk mendapatkan informasi, mendengar lagu dan hiburan dalam perjalanan (Dokumentasi Radio Unpad 2023 dan rri.co.id 2024).

Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) merupakan lembaga pemerintah dalam memberikan pelayanan yang bertujuan menyampaikan berita, pendidikan, hiburan, pengawasan sosial dan iklan yang ditujukan kepada masyarakat. Fokus utamanya yaitu memberikan pelayanan dalam bentuk penyiaran informasi khususnya gelombang radio. RRI merupakan satu-satunya radio yang menyandang nama Negara, karena suaranya ditujukan untuk kepentingan Bangsa dan Negara

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan objek penelitian adalah siaran RRI PRO 1 Jakarta dengan slogan kanal informasi dan inspirasi yang menyajikan program acara informasi dan berita dengan presentasi siaran 40%, hiburan atau musik dengan persentase siaran 35%, pendidikan dan budaya dengan persentase 10%, dan terakhir iklan atau penunjang dengan persentase 15% selama durasi siaran 19 jam. siaran RRI PRO 1 Jakarta adalah bagian dari program radio informasi dan hiburan untuk melayani publik dengan program-program lokal konten yang menginspirasi.

Dalam industri radio yang semakin kompetitif, RRI PRO 1 Jakarta memerlukan manajemen penyiaran yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Selain memberikan pelayanan yang memuaskan, penting juga untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Layanan yang baik mendorong hubungan antara penyiar dan pendengar yang setia. Hubungan ini memungkinkan penyiar untuk memahami dengan baik apa yang diinginkan oleh pendengar yang menghasilkan loyalitas.

Kepuasan pelanggan akan terjadi ketika program siaran sesuai dengan kebutuhan dan minat pendengar kemudian keterlibatan antara penyiar dan pendengar dalam ikut serta berpartisipasi program tersebut. Kepuasan pelanggan yaitu apabila konsumen akan merasa puas jika produk atau jasa yang diharapkan melebihi harapan mereka dan ketidakpuasan diukur sebagai perbedaan antara kenyataan produk atau jasa yang diterima dan harapan mereka (Rahellea & Rianto, 2023).

Loyalitas pelanggan adalah aspek yang berperan sangat penting dalam keseluruhan suatu perusahaan. Dengan membangun loyalitas pendengar, RRI PRO 1 Jakarta dapat melakukan strategi yang dapat meningkatkan koneksi antara pelayanan dan kepuasan dengan berinteraksi kepada pendengar melalui berbagai saluran dan melibatkan penyiar yang ramah (Rahellea & Rianto, 2023).

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, Maka dalam hal ini penulis tertarik melakukan penelitian terhadap **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pendengar RRI PRO 1 FM 91,2 MHz di Jakarta”** .

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pelayanan

Menurut Hendro dan Syamswana yang dikutip dari Kotler definisi pelayanan yaitu tindakan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan. Namun, pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi dan akan mencapai ke loyalitas (Indrasari, 2019)

2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan terjadi apabila pelanggan merasa puas dengan layanan yang telah diterima sesuai dengan harapan mereka dengan produk atau jasa yang telah diberikan (Apriliani & Baqiyyatus S, 2020). Sedangkan menurut Kotler dan Keller mengatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang setelah perbandingan antara kesannya terhadap hasil kinerja suatu produk atau jasa dan harapannya . Dengan kata lain, kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan seseorang setelah menggunakan suatu pilihan yang dipilih, setidaknya terpenuhi dengan penampilan dari produk atau jasa tersebut (Octavia, 2019).

2.3 Loyalitas

Loyalitas adalah inti dari kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang. Ketika pelanggan merasa terikat secara emosional dan memiliki preferensi kuat terhadap produk dan layanan tertentu, mereka cenderung tetap setia dan menggunakan secara berulang (Septiano, Defit, & Yulasmi, 2023).

3. METODE PENELITIAN

Populasi dan sample di dalam penelitian ini adalah seluruh pendengar RRI PRO 1 Jakarta yang di ambil menjadi 98 pendengar. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini

menggunakan observasi, kuesioner, dan studi dokumentasi. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer dengan tahap uji adalah uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji linieritas, regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji determinasi. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan teknik sampling purposive. Alat bantu pengujian menggunakan SPSS versi 22.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

A. Uji Validitas

Hasil pengujian kelayakan kuesioner yang melibatkan uji validitas dan reabilitas dapat dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R	R	Keterangan
		Hitung	Tabel 5%	
Kualitas Pelayanan (X ₁)	X1.1	0.717	0.1654	<i>Valid</i>
	X1.2	0.645	0.1654	<i>Valid</i>
	X1.3	0.630	0.1654	<i>Valid</i>
	X1.4	0.652	0.1654	<i>Valid</i>
	X1.5	0.572	0.1654	<i>Valid</i>
	X1.6	0.615	0.1654	<i>Valid</i>
	X1.7	0.674	0.1654	<i>Valid</i>
	X1.8	0.690	0.1654	<i>Valid</i>
	X1.9	0.710	0.1654	<i>Valid</i>
	X1.10	0.707	0.1654	<i>Valid</i>
	X1.11	0.615	0.1654	<i>Valid</i>
	X1.12	0.667	0.1654	<i>Valid</i>
	X1.13	0.690	0.1654	<i>Valid</i>
	X1.14	0.679	0.1654	<i>Valid</i>
	X1.15	0.707	0.1654	<i>Valid</i>
Kepuasan (X ₂)	X2.11	0.821	0.1654	<i>Valid</i>
	X2.12	0.750	0.1654	<i>Valid</i>
	X2.13	0.769	0.1654	<i>Valid</i>
	X2.14	0.729	0.1654	<i>Valid</i>
	X2.15	0.765	0.1654	<i>Valid</i>
Loyalitas (Y)	Y16	0.619	0.1654	<i>Valid</i>
	Y17	0.722	0.1654	<i>Valid</i>
	Y18	0.572	0.1654	<i>Valid</i>
	Y19	0.811	0.1654	<i>Valid</i>
	Y20	0.759	0.1654	<i>Valid</i>

Sumber : Diolah dengan SPSS Statistic 22 oleh penulis (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas di atas menggunakan r tabel dengan nilai signifikan sebesar 5% dan menggunakan satu arah yaitu 0,1654, menurut (Alimul Hidayat, 2021) jika r hitung $>$ r tabel berarti valid demikian sebaliknya, r hitung $<$ r tabel tidak valid, maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada variabel adalah valid, karena semua hasil lebih besar dari 0,1654.

B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu indikator atau kuesioner digunakan untuk mengetahui hasil pengukuran tetap konsisten. Dibawah ini adalah hasil perhitungan menggunakan SPSS ver. 22 dapat dilihat dari Cronbach's Alpha :

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Skala Cronbach's Alpha	Keterangan
Pelayanan (X1)	0,910	0,61 – 0,80	Sangat Reliabel
Kepuasan (X2)	0,825	0,61 – 0,81	Sangat Reliabel
Loyalitas (Y)	0,730	0,61 – 0,82	Reliabel

Sumber : Diolah dengan SPSS Statistic 22 oleh penulis (2024)

Berdasarkan hasil uji reabilitas di atas dapat diketahui *Cronbach's Alpha* Kualitas Pelayanan 0,910, Kepuasan 0,825, dan Loyalitas 0,730 yang menunjukkan bahwa semua variabel reliabel.

C. Uji Normalitas

Dalam uji normalitas ini menggunakan Kolmogorov Smirnov yang kegunaanya untuk menguji apakah dua variabel yang sama.

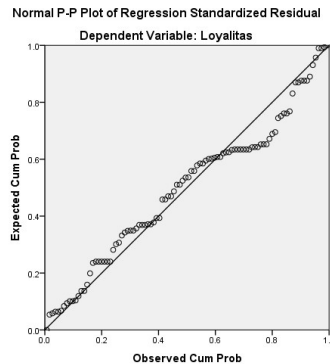
Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	57.5131667
	Std. Deviation	1202.08121998
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.079
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.061 ^c

Sumber : Diolah dengan SPSS Statistic 22 oleh penulis (2024)

Bersarkan hasil uji normalitas di atas menurut (Priyatno, 2018) residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05. Dari output di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig 2-tailed) sebesar (0,61). Signifikansi lebih dari 0,05 (0,61 $>$ 0,05)

sehingga nilai residual tersebut telah normal. Hal ini diperkuat oleh gambar P-P plot sebagai berikut :



Sumber : Diolah dengan SPSS Statistic 22 oleh penulis (2024)

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas dengan PP Plot

Dari gambar grafik di atas, dapat diketahui bahwa titik- titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal sehingga nilai residual tersebut telah normal.

D. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	8326.485	2603.861		3.198	.002			
	Pelayanan	.106	.047	.219	2.235	.028	.947	1.056	
	Kepuasan	.297	.115	.252	2.572	.012	.947	1.056	

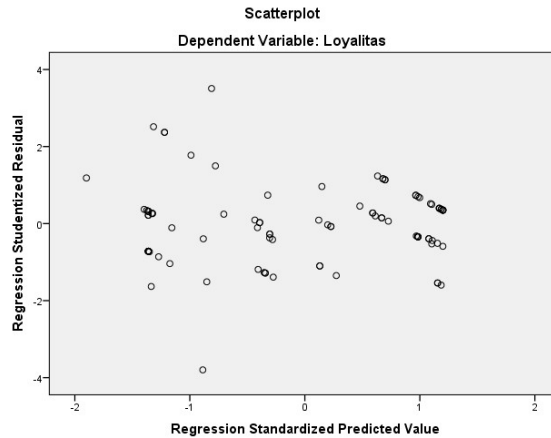
a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber : Diolah dengan SPSS Statistic 22 oleh penulis (2024)

Dari output di atas, dapat diketahui bahwa nilai Tolerance kedua variabel lebih dari 0,10 sebesar 0,947 dan nilai VIF kurang dari 10 yaitu 1.056. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi.

E. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar scatterplot seperti pada gambar di bawah ini.



Sumber : Diolah dengan SPSS Statistic 22 oleh penulis (2024)

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas menggunakan metode Scatterplot

Dari output di atas, dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

F. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8326.485	2603.861		3.198	.002
Pelayanan	.106	.047	.219	2.235	.028
Kepuasan	.297	.115	.252	2.572	.012

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22 pada tahun 2024

Berdasarkan hasil analisis regrensi linier berganda diperoleh persamaan regresi

$$Y = 8326,485 + 0,106 X_1 + 0,297 X_2$$

Hasil persamaan regresi dan interpretasi dari analisis regresi berganda adalah nilai konstanta (a) bernilai positif, yaitu 8326,485 artinya apabila kualitas pelayanan dan kepuasan mendapatkan peningkatan maka tingkat 1 unit variabel loyalitas dengan asumsi variabel independent nilainya tetap. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X₁) yaitu sebesar 0,106 artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pendengar ,jika peningkatan 1 unit kualitas pelayanan (X₁) sementara variabel lain tidak mengalami kenaikan

maka kepuasan akan mengalami peningkatan kepuasan sebesar 0,106. Nilai koefisien regresi variabel kepuasan (X2) yaitu sebesar 0,297 artinya kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pendengar, jika peningkatan 1 unit variabel kepuasan (X2) sementara variabel lain tidak mengalami kenaikan maka kepuasan akan mengalami peningkatan loyalitas pendengar sebesar 0,297.

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien regresi kualitas pelayanan 0,106, kepuasan 0,297, karena $0,106 < 0,297$ maka kepuasan merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pendengar.

G. Uji t (Parsial)

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8326.485	2603.861		3.198	.002
Pelayanan	.106	.047	.219	2.235	.028
Kepuasan	.297	.115	.252	2.572	.012

Coefficients^a

Sumber : Sumber: Data diolah dengan SPSS 22 pada tahun 2024

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS 22 penentuan penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan memperhatikan nilai signifikansi pada tabel 6 Jika nilai sig > 0,05 maka hipotesis dapat diterima. Pendekatan kedua adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t table yang dimana nilai t tabel diketahui sebesar 1,661. Hal ini dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$df = n-k-1$$

$$t_{tabel} = (98-2-1)$$

$$t_{tabel} = (95)$$

$$t_{tabel} = 1,661$$

Dapat diketahui nilai Signifikansi untuk pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas (Y) adalah sebesar $0,028 > 0,05$, berdasarkan loyalitas pendengar RRI PRO 1 Jakarta maka terjadi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pendengar. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai t hitung $2,235 > t$ tabel 1,661, sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak yang berarti H1 diterima oleh karena itu terdapat pengaruh secara parsial atau secara sendiri sendiri antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pendengar.

Dapat diketahui nilai Signifikansi untuk pengaruh kepuasan (X2) terhadap loyalitas (Y) adalah sebesar $0,012 > 0,05$, berdasarkan loyalitas pendengar RRI PRO 1 Jakarta maka terjadi pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pendengar. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai hitung, $2,572 > t$ tabel 1,661, sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H2

diterima yang berarti terdapat pengaruh secara parsial atau secara sendiri-sendiri terhadap variabel kepuasan terhadap loyalitas pendengar.

H. Uji f (Anova)

Tabel 7. Hasil Uji F (Anova)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	243088224.569	2	121544112.285	7.535	.001 ^b
	Residual	1532500651.104	95	16131585.801		
	Total	1775588875.673	97			

a. Dependent Variable: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Pelayanan

Sumber : Sumber: Data diolah dengan SPSS 22 pada tahun 2023.

Berdasarkan output di atas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ kemudian cara menentukan F_{tabel} :

$$df = 98 - 2 - 1$$

$$df = 95$$

$$F_{tabel} = 2,31$$

Nilai $F_{hitung} 7,535 > F_{tabel} 2,31$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima yang berarti kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pendengar RRI PRO 1 Jakarta.

I. Koefisien Determinasi

Pada analisis koefisien determinasi ialah untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pendengar. Klasifikasi Koefisien korelasi yaitu, 0 (tidak ada korelasi), 0-0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1,00 (korelasi sempurna).

1) Uji Koefisien Determinasi Parsial

Uji Koefisien Determinasi Parsial adalah uji yang dimana masing-masing variabel penyebut X_1 dan X_2 di uji ke variabel terikat Y , seperti dibawah ini :

1. Uji Koefisien Determinasi Parsial X_1 terhadap Y

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial X_1

Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial X_1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.513 ^a	.264	.256	2444.724

a. Predictors: (Constant), Pelayanan

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25 pada tahun 2024

Diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,264 yang mana menunjukkan bahwa variabel X1 (Kualitas Pelayanan) mempunyai pengaruh yang kuat terhadap Y (Loyalitas Pendengar) sebesar 0,264 atau 26,4 %.

2. Uji Koefisein Determinasi Parsial X2 terhadap Y

Tabel 9. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi Parsial X2
Hasil Uji Koefisiensi Determinasi Parsial X2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.709	.706	1537.628

a. Predictors: (Constant), Kepuasan

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25 pada tahun 2024

4.1.9.2 Uji Koefisien Determinasi Simultan

Uji Koefisien Determinasi Simultan adalah Uji yang Dimana variabel X1 dan X2 digabung bersama sama dalam menguji pengaruh terhadap Y.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi Simultan
Hasil Uji Koefisiensi Determinasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.844 ^a	.712	.706	1536.044

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Pelayanan

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25 pada tahun 2024

Diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,712 atau 71,2% yang mana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan (X2) terhadap loyalitas pendengar (Y) sebesar 0,712 atau 71,2%. Untuk sisanya mungkin dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di ujikan disini

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pegawai

Pada hasil uji hipotesis secara parsial pada hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan adanya pengaruh positif dari signifikan antara motivasi terhadap kinerja karyawan yang menunjukkan bahwa signifikansi pada tabel IV.13 sebesar 0,028 yang masih berada diatas 0,05, hal ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pendengar RRI pro 1 FM 91,2 MHz. Lalu jika di lihat dari t_{hitung} 2,235 nilai tersebut lebih besar dari t_{tabel} yang bernilai 1,661 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_1 diterima secara parsial atau secara sendiri sendiri antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pendengar, yang berarti terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan loyalitas.

Pelayanan yang di berikan penyiar kepada pendengar memiliki kualitas yang sangat baik, menurut peneliti melihat hasil jawaban responden pada table IV.5, jumlah indeks variabel

yang tinggi melebihi dari pertanyaan yang lain ada di butir pertanyaan indikator Reliability/Kehandalan yang isinya (Saat melakukan siaran radio petugas menyiarkan dengan jelas) dengan skor indeks 4,67 dan indikator Assurance/Jaminan yang isinya (RRI PRO 1 memiliki reputasi yang baik). Oleh karena itu peneliti dapat menyimpulkan bahwa hampir seluruh pendengar RRO Pro 1 mendapatkan suguhan kualitas penyiaran dengan jelas dan tentu memilih RRO Pro 1 karena reputasi dan kualitas yang baik.

4.2.2 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pendengar

Pada hasil uji hipotesis secara parsial pada hipotesis pertama (H_2) yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kedisiplinan kerja terhadap kinerja karyawan yang menunjukkan signifikansi pada tabel IV.13 sebesar 0,013 yang masih berada diatas 0,05. Hal ini juga mendukung kesimpulan bawah H_2 diterima, hal ini menunjukkan adanya pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pendengar RRI pro 1 FM 91,2 MHz. Lalu Jika dilihat dari nilai t_{hitung} 2,572 nilai tersebut lebih besar dari t_{tabel} yang bernilai 1,661, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_2 diterima, atau terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pendengar.

Kepuasan yang dirasakan pendengar RRI Pro1 FM 91,2 MHz dapat dilihat dari hasil jawaban responden pada table IV.6, jumlah indeks variabel yang tinggi melebihi dari pertanyaan yang lain ada di butir pertanyaan indikator kesesuaian harapan yang isinya (Saya puas dengan kualitas siaran RRI PRO 1 Jakarta) dengan skor indeks 4,62. Oleh karena itu peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas yang diberikan penyiar RRI PRO 1 Jakarta membuat pendengar merasa puas.

4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pendengar

Pada uji hipotesis secara simultan diperoleh nilai R Square sebesar 0,712 atau 71,2%. Hal ini bisa diartikan bahwa hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pendengar RRI PRO 1 Jakarta.

Kualitas pelayanan dan kepuasan dapat mempengaruhi loyalitas pendengar RRI PRO 1 Jakarta, Hal ini terlihat dari hasil jawaban responden pada tabel IV.7 jumlah indeks variabel yang tinggi melebihi dari pertanyaan yang lain ada di butir pertanyaan indikator loyalitas terhadap produk dan jasa yang isinya (RRI PRO 1 Jakarta sebagai radio pilihan pertama saya) dengan skor indeks 4,65. Oleh karena itu kualitas pelayanan dan kepuasan pendengar sangat berhasil membuat pendengar memiliki loyalitas terhadap RRI PRO 1 Jakarta, dengan menjadikan *channel* radio tersebut pilihan pertama untuk di putar.

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti kesimpulannya adalah kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pendengar pada RRI PRO 1 Jakarta. Oleh karena itu kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan rasa loyalitas pada pendengar RRI PRO 1 Jakarta

Kepuasan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pendengar RRI PRO 1 Jakarta. Oleh karena itu kepuasan yang dirasakan pendengar akan meningkatkan loyalitas pendengar RRI PRO 1 Jakarta dan membuat *channel* RRI PRO 1 Jakarta semakin berkembang.

Kualitas pelayanan dan kepuasan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pendengar RRI PRO 1 Jakarta. Semakin baik pelayanannya akan semakin puas pendengar dan seterusnya menjadi pendengar yang loyal terhadap *channel* RRI PRO 1 Jakarta.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, penelitian dan kesimpulan sebelumnya maka saran yang dapat peneliti berikan yaitu Kualitas pelayanan harus di tingkatkan lagi, apalagi dalam kehandalan, jaminan, dan empati, bisa dilihat dari table IV.5 bahwa nilai indeksnya lebih kecil dari pada pertanyaan yang lainnya dengan isi : a. Request pemutaran lagu direspon cepat oleh penyiar dengan nomer indeksnya 4,30 (Kehandalan), b. RRI PRO 1 Jakarta menyampaikan materi siaran dengan tepat dengan nomer indeksnya 4,30 (Kehandalan), c. Petugas RRI PRO 1 Jakarta memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik dan nomer indeksnya 4,30 (Jaminan). Dapat disimpulkan bahwa penyiar harus lebih responsible dan cepat dalam menangani request lagu pendengar, menyampaikan materi yang baik kepada pendengar, dan mengembangkan komunikasi yang lebih baik lagi.

Kepuasan harus terus lebih ditingkatkan lagi terutama yang dapat berpengaruh pada kesediaan merekomendasi, terlihat dari butir pertanyaan pada table table IV.6 bahwa nilai indeksnya lebih kecil dari pada pertanyaan yang lainnya dengan isi (Saya akan merekomendasikan siaran program RRI PRO 1 Jakarta kepada orang tua, teman dan saudara) dan nomer indeksnya 4,38. Dapat disimpulkan bahwa penyiar harus memberikan suatu penampilan yang membuat pendengar puas, dan akan terus merekomendasikan *channel* RRI PRO 1 Jakarta.

Kualitas pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas pendengar harus terus ditingkatkan lagi terutama pada indeks yang mempengaruhi loyalitas terhadap prodak atau jasa, terlihat dari butir pertanyaan dengan jawaban paling rendah pada table IV.7 dengan isi (Sebagai pendengar selalu mengikuti program siaran RRI PRO 1 Jakarta) dan nomer indeksnya 4,40. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dan dapat memberikan kepuasan kepada para pendengar RRI PRO 1 Jakarta, akan meningkatkan rasa loyalitas terhadap *channel* RRI PRO 1 Jakarta dan akan lebih mengikuti segala siaran yang di siarkan di RRI PRO 1 Jakarta.

6. DAFTAR RUJUKAN

- Alimul Hidayat, A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. (A. Aziz, Ed.). Surabaya: Health Books Publishing.
- Apriliani, D., & Baqiyyatus S, dkk. (2020). Pengaruh kepuasan pelanggan, brand image, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 20–30. <http://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.214>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (cetakan pe). Surabaya: unitomo press.
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT . BANK INDEX LAMPUNG, 13(1), 35–39. <http://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35>
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. (Giovanny, Ed.). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Rahellea, S. L., & Rianto, M. R. (2023). Literatur Review: Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Loyalitas terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Nako. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 4(1), 63–73. <http://doi.org/10.35912/simo.v4i1.1782>
- Septiano, R., Defit, S., & Yulasmii. (2023). *Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan*. (Lusiana, Ed.). Yogyakarta: PT Penamudamedia.