

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH KEPUASAN PENDENGAR RADIO
TERHADAP LOYALITAS PENDENGAR RADIO
PRATAMA 88,8 FM BANGKINANG**



SKRIPSI

Diajukan pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Srata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

AKRAL WIGUNA
NIM. 11343106024

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2019**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Halaman Persetujuan Pembimbing

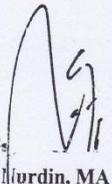
**Pengaruh Kepuasan Pendengar Radio Terhadap Loyalitas Pendengar Radio
Pratama 88.8 FM Bangkinang**

Disusun Oleh:

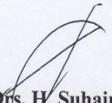
Akral Wiguna
Nim: 11343106024

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal : 23 Januari 2019

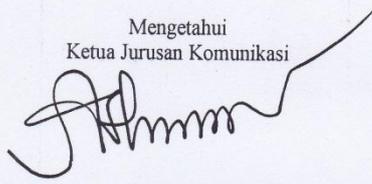
Pembimbing I


Dr. Murdin, MA
NIP. 50620 200604 1 015

Pembimbing II


Drs. H. Suhaimi, M.Ag
NIP. 196204031997031002

Mengetahui
Ketua Jurusan Komunikasi


Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FAKULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R Soebrantas No. 155 KM.15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box 1004 Telp. 0761-7046522
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, Email: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Pratama 88.8 FM ” yang ditulis oleh:

Nama : Akral Wiguna
Nim : 11343106024
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah dimunaqasahkan dalam sidang panitia ujian sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 19 Agustus 2019

Dan disetujui sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 21 September 2019

Dekan



Dr. Nurdin, MA

NIP.19660620 200604 1 015

Tim Penguji

Ketua Sidang

Dr. Ginda, M.Ag
NIP.19630326 199102 1 001

Penguji III

Drs. Suhaimi D, M.Si
NIK. 19570828 197903 1 002

Sekretaris Sidang

Rohayati, S.Ikom
NIK. 130 417 020

Penguji IV

Dewi Sukartik, M.Sc
NIK. 130 311 019



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
 كلية الدعوة و علم الاتصال
 FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

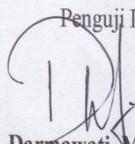
Proposal dengan judul “Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang” yang diajukan oleh saudara :

Nama : Akral wiguna
 NIM : 11343106024
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Telah diseminarkan pada:
 Hari : Senin
 Tanggal : 13 Agustus 2018

Dengan ini dapat diterima untuk penelitian skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, Agustus 2018

Panitia Seminar Proposal

Penguji I

Darmawati, Mikom
 NIK. 1304170026

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM-NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FAKULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R Soebrantas No. 155 KM.15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box 1004 Telp. 0761-7046522
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, Email: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Akral Wiguna
Nim : 11343106024
Tempat/ tanggal lahir : Merangin / 08-06-1995
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul skripsi : Pengaruh kepuasan pendengar terhadap loyalitas radio pratama 8.88 FM

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas

Pernyataan ini saya buat dengan sepenuhnya, apabila di kemudia hari terdapat penyimpanan dan ketidak beneran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah di peroleh dan komunikasi universitas islam negerri saultan syarif kasim riau serta undang-undang yang berlaku.

Demikianlah surat ini saya buat keadaan sadar tanpa paksaan pihak dari manapun

Pekanbaru, 14-05-2019
Yang membuat pernyataan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 23 Januari 2019

No : Nota Dinas
 Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
 Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Kepada Yth.
 Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 Di-
 Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini maka mahasiswa berikut ini :

Nama : Akral Wiguna
 Nim : 11343106024
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Konsentrasi : Broadcasting

Dapat diajukan menempuh ujian skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan judul **"Pengaruh Kepuasan Pendengar Radio Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Pratama 88.8 FM Bangkinang"**.

Harapan kami agar dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang **"Munaqasah"** Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikianlah agar dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Dr. Nurdin, MA
 NIP. 19660620 200604 1

Pembimbing II

Drs. H. Suhaimi, M.Ag
 NIP. 196204031997031002

ABSTRAK

Nama : Akral Wiguna
Rumusan : Ilmu Komunikasi (*Broadcasting*)
Judul : Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang

Penelitian ini membahas tentang pengaruh kepuasan pendengar terhadap loyalitas pendengar Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah ada pengaruh kepuasan pendengar terhadap loyalitas pendengar Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan pendengar terhadap loyalitas pendengar Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk di Kabupaten Kampar yang berada dalam jangkauan radio Pratama 88,8 FM yang berjumlah 34.896 jiwa dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka dan perhitungan menggunakan metode standar (SPSS) versi 24.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 8,387 > t_{tabel} 1,660$ dan $p\ value 0,000 < 0,025$ yang berarti ada pengaruh variabel kepuasan pendengar radio terhadap loyalitas pendengar radio. Dengan kata lain H_a diterima dan H_o ditolak. Sementara itu nilai $R\ Square$ yang diperoleh adalah 0,418 atau sama dengan 41,8%. Hal ini menjelaskan bahwa kepuasan pendengar radio memberikan dampak sebesar 41,8% terhadap loyalitas pendengar radio, sedangkan 58,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak menjadi bagian dari penelitian ini.

Kata kunci : Pengaruh, Radio, Kepuasan, Loyalitas, Pendengar

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Akral Wiguna
Department : Communication (*Broadcasting*)
Title : **The Effect of Listeners' Satisfaction on Their Loyalty Listening on Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang**

This study discusses the effect of listener satisfaction on the loyalty of listeners to Radio Pratama 88.8 FM Bangkinang. The formulation of the problem in this study is whether there is an effect of listeners' satisfaction on the loyalty of listeners to Radio Pratama 88.8 FM Bangkinang. The purpose of this study is to find out whether there is an effect of listeners' satisfaction on the loyalty of listeners to Radio Pratama 88.8 FM Bangkinang. The method used in this study is descriptive quantitative. The populations in this study are residents in Kampar District who are within the reach of Pratama 88.8 FM radio, consisting of 34,896 people with a sample of 100 respondents. Data are collected through questionnaires, observation and documentation. The data analysis technique carried out is quantitative analysis described with numbers and calculations using the standard method (SPSS) version 24.0. The results show that the value of t count $8.338 > t$ table 1.660 and p value $0.000 < 0.025$ which means that there is an effect of radio listeners' satisfaction on the loyalty of its listeners. In other words, H_a is accepted and H_o is rejected. Meanwhile, the value of R Square obtained is about 0.418 or equal to 41.8%. This explains that the satisfaction of radio listeners has an effect about 41.8% on the loyalty of radio listeners, while 58.2% are influenced by other factors that are not studied in this thesis.

Keywords: *Effect, Radio, Satisfaction, Loyalty, Listeners*

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT. Karena limpahan kasih-Nya yang terus mengalir kepada umat manusia, khususnya kepada penulis, dalam bentuknya yang unik dan mengagumkan. Karena kuasa-Nya pula skripsi ini dapat selesai dalam waktu yang telah ditetapkan. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, Amin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Judul yang penulis ajukan adalah “Pengaruh Kepuasan Pendengar Radio Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang”.

Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, sehingga dalam penulisan skripsi banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun dari siapapun yang menjadi catatan dan perhatian untuk memperbaiki dan mengembangkan agar mendekati kesempurnaan. Diharapkan ini dapat bermanfaat untuk penulis sendiri dan Program Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau.

Pada lembaran ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam dan rasa syukur kepada kedua orang tua tercinta Ayah Syamsurizal dan Ibu Missuyanti yang selalu menjadi motivator dan memberi kasih sayangnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menjalankan perkuliahan sampai saat ini dan selalu memberikan doa dan restu kepada penulis. Tanpa motivasi, dukungan moral serta materi dan doa restu yang diberikan orangtua, penulis tidak akan mampu menyelesaikan perkuliahan dan penulisan skripsi.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini, ucapan terima kasih penulis ucapkan kepadanya:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Kepada Bapak Prof. Dr. KH. Akhmad Mujahidin, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta Bapak / Ibu Wakil Rektor.
2. Kepada Bapak Dr. Nurdin, MA, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan kemudahan dalam perizinan penelitian dan hal – hal penting lainnya.
3. Kepada Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Bapak Dr. Toni Hartono, S.Ag, M.Si dan Dr. Azni M.Ag selaku Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Bapak Yantos, S.IP, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Kepada Bapak Dr. Nurdin, MA., sebagai Pembimbing I yang selalu meluangkan waktu dan memberikan sumbangsih saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sesuai pada waktunya.
6. Kepada Bapak Drs. Suhaimi, M. Ag., selaku Pembimbing II yang juga telah meluangkan waktu dan memberikan sumbangsih saran dari pemikiran pembimbing.
7. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membagikan ilmu dan wawasannya kepada penulis.
8. Kepada kedua orang tua dan saudara yaitu Syamsurizal selaku ayahanda, Missuyanti selaku Ibunda, Meyyola Sandy selaku adik perempuan, Muhammad Abdi Ghufrani dan Muhammad Rafa Alfarizi selaku adik laki-laki yang saya cintai dan sayangi dan selalu senantiasa memberikan doa serta semangat.
9. Kepada pihak Perpustakaan Universitas dan Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
10. Terima Kasih Kepada Pihak Universitas UIN SUSKA RIAU yang telah memberikan Izin sehingga Penelitian ini selesai.

11. Semua pihak yang tidak bisa penulis ucapkan satu persatu karena
12. manusia tidak luput dari salah dan khilaf.

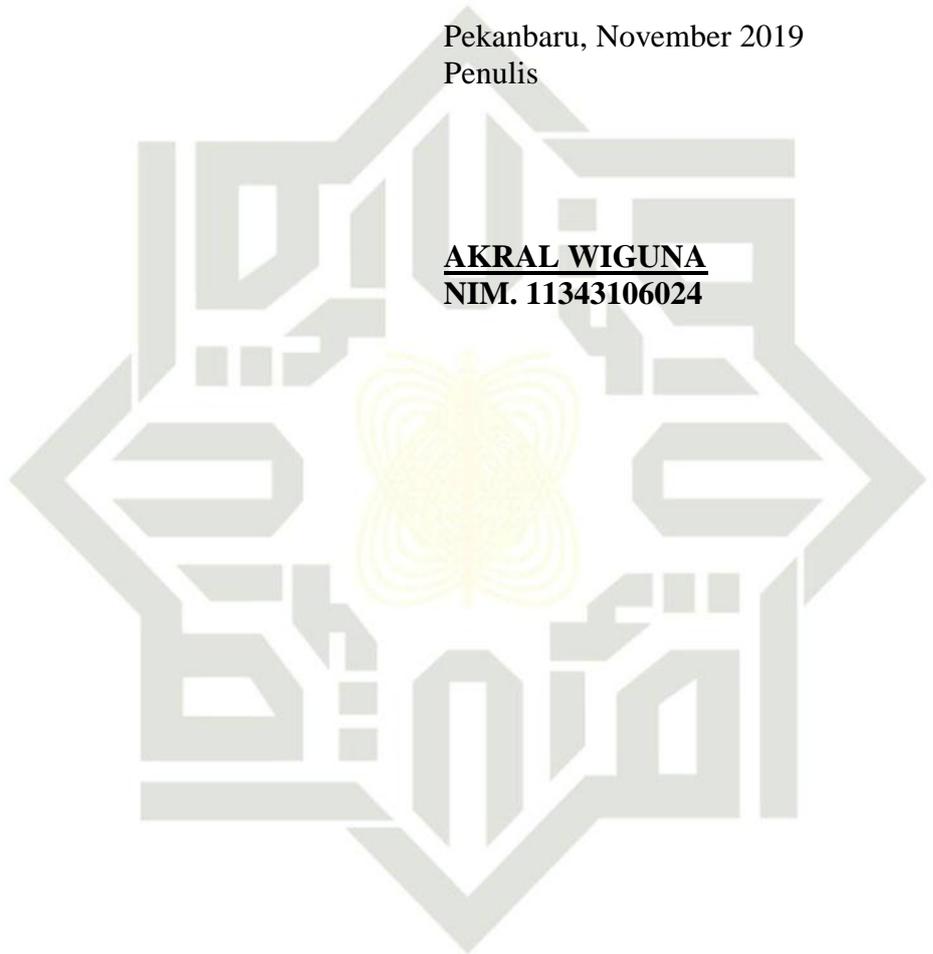
Semoga Allah mengganti dengan yang lebih baik berlipat ganda, Amin Ya
Robb alamin.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, November 2019
Penulis

AKRAL WIGUNA
NIM. 11343106024



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	
A. Kajian Teori	12
1. Kepuasan Pendengar	12
2. Loyalitas	18
3. Komunikasi	22
4. Radio	25
5. Teori Stimulus Respon (S-R)	28
B. Kajian Terdahulu	30
C. Kerangka Pemikiran	32
D. Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	34
B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	34
C. Populasi dan Sampel	35
D. Jenis dan Sumber Data	36
E. Teknik Pengumpulan Data	37

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

F. Teknik Pengukuran Data.....	37
G. Teknik Analisis Data	39
H. Uji Validitas	40
I. Uji Reliabilitas	41
J. Uji Hipotesis	41

BAB IV GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang	44
B. Data Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang	45
C. Format Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang	46
D. Target Pendengar Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang.....	47
E. Program Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang	48
F. Tarif Iklan Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang.....	48
G. Sosial Media Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang	49
H. Mitra Bisnis Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang	50

BAB V HASIL OLAH DATA PENELITIAN

A. Hasil Penelitian	52
B. Pembahasan.....	81

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	95
B. Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA

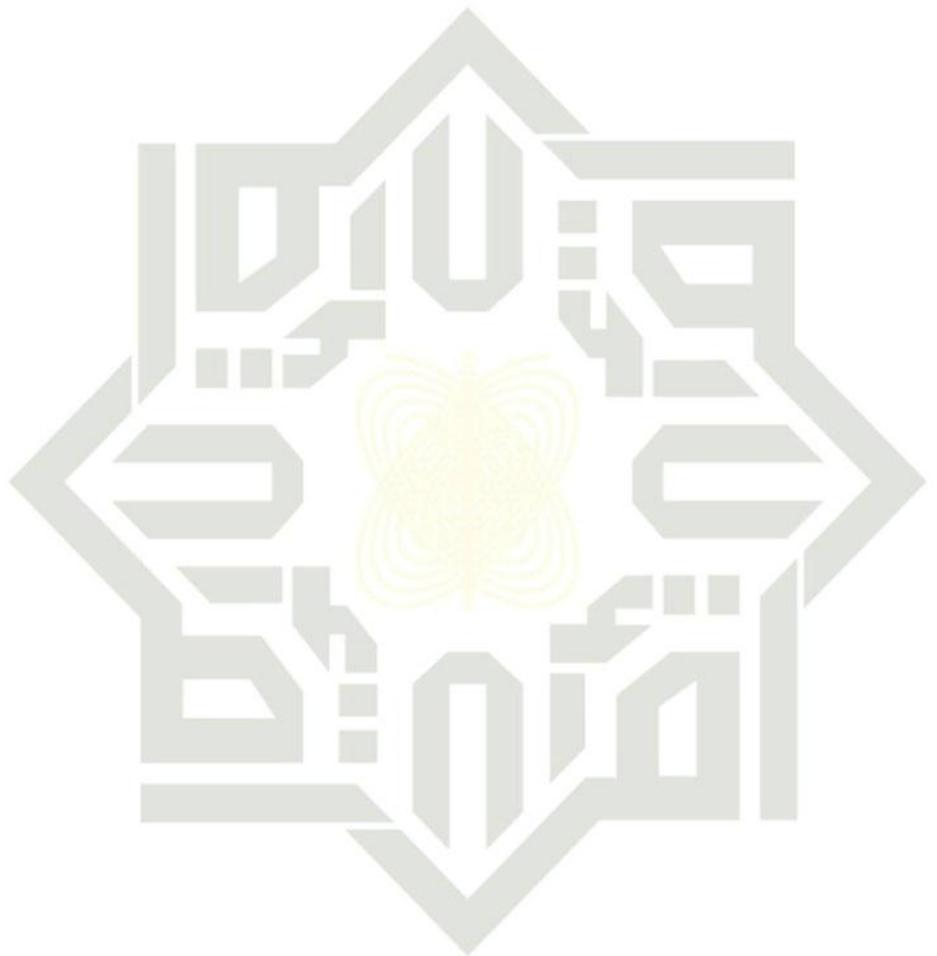
LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.	Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:		
a.	Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.		
b.	Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.		
2.	Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.		
Tabel 4.1	: Daftar Media Sosial Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang		50
Tabel 4.2	: Daftar Iklan di Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang.....		52
Tabel 5.1	: Reliabilitas.....		56
Tabel 5.2	: Daya Tanggap		57
Tabel 5.3	: Jaminan.....		58
Tabel 5.4	: Empati		59
Tabel 5.5	: Bukti Fisik		60
Tabel 5.6	: Komunikasi		61
Tabel 5.7	: Kredibilitas		62
Tabel 5.8	: Keamanan.....		63
Tabel 5.9	: Kemampuan Memahami Konsumen		63
Tabel 5.10	: Akses		64
Tabel 5.11	: Kesopanan		65
Tabel 5.12	: Nilai Mean Kepuasan Pendengar Radio.....		66
Tabel 5.13	: Intent to Repurchase.....		67
Tabel 5.14	: Recency		69
Tabel 5.15	: Frekuensi		70
Tabel 5.16	: Amount.....		71
Tabel 5.17	: Retention		72
Tabel 5.18	: Longevity		73
Tabel 5.19	: Secondary Behaviour		73
Tabel 5.20	: Nilai Mean Loyalitas Pendengar Radio.....		74
Tabel 5.21	: Hasil Uji Validitas		76
Tabel 5.22	: Hasil Uji Reliabilitas		77
Tabel 5.23	: Regresi Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang.....		78
Tabel 5.24	: Besaran Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang.....		79

- Hak Cipta**
- Hak Cipta** melindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

abel 5.25	: Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang	79
abel 5.26	: Uji T Hitung	91
abel 5.27	: Koefisien Determinasi.....	92



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

<p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<p>Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran 32</p> <p>Gambar 4.1: Format Radio Pratama 46</p> <p>Gambar 4.2: Demografi Radio Pratama 47</p> <p>Gambar 4.3: Geografi Radio Pratama 47</p> <p>Gambar 4.4: Jadwal Radio Pratama 48</p> <p>Gambar 4.5: Iklan On-Air 48</p> <p>Gambar 4.6: Iklan Website 49</p> <p>Gambar 4.7: Iklan Facebook 49</p> <p>Grafik 5.1: Jenis Kelamin Responden 52</p> <p>Grafik 5.2: Umur Responden 53</p> <p>Grafik 5.3: Pekerjaan Responden 53</p> <p>Grafik 5.4: Penghasilan Responden 54</p> <p>Grafik 5.5: Mean / Rata-Rata Kepuasan Pendengar Radio 67</p> <p>Grafik 5.6: Mean / Rata-Rata Loyalitas Pendengar Radio 75</p>
--	---

DAFTAR LAMPIRAN

- | | | |
|------------|---|--|
| Lampiran 1 | : | Kuesioner Penelitian |
| Lampiran 2 | : | Identitas Responden |
| Lampiran 3 | : | Foto Dokumentasi Penelitian |
| Lampiran 4 | : | lampiran Data Hasil Penelitian |
| Lampiran 5 | : | Hasil Output SPSS |
| Lampiran 6 | : | Surat Penunjukan Pembimbing |
| Lampiran 7 | : | Surat Izin Mengadakan Penelitian dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau |
| Lampiran 8 | : | Surat Rekomendasi Penelitian Dari Kantor Gubernur Provinsi Riau |
| Lampiran 9 | : | Surat rekomendasi penelitian Kesbangpol Kabupaten Kampar. |
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Komunikasi adalah penyebaran pesan dari komunikator kepada komunikan baik secara langsung ataupun melalui media. Pesan yang disampaikan bisa berupa informasi-informasi yang dibutuhkan oleh khalayaknya. Kebutuhan akan informasi menjadi kebutuhan yang sangat penting saat ini. Manusia dalam kehidupannya membutuhkan informasi setiap hari. Kebutuhan akan informasi bisa diperoleh dari mana saja dan dengan cara apa saja. Baik melalui komunikasi langsung maupun komunikasi bermedia. Dewasa ini salah satu cara mudah individu untuk mendapatkan informasi adalah melalui media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Media massa merupakan bagian kajian daripada komunikasi massa.

Untuk memperjelas apa itu komunikasi massa, agaknya kita perlu merujuk pada beberapa pendapat. Joseph A. Devito pernah mengatakan, *“First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large science. This does not mean that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television, rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms : television, radio, newspaper, magazines, films, books and tapes”*. (Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya : televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita (Effendy, 2002)¹

Penyebaran informasi melalui media massa yang ditujukan kepada masyarakat yang abstrak adalah juga merupakan pengertian dari komunikasi massa. Khalayak tersebut yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampai pesan. Pembaca surat kabar, pendengar radio, penonton televisi dan film, adalah khalayak komunikasi massa.

Salah satu media informasi yang masih banyak beroperasi dan dipakai oleh masyarakat saat ini adalah radio. Radio memiliki karakteristik menyampaikan informasi secara audio yang akan memanfaatkan indera pendengar khalayaknya. Di Amerika Serikat, orang-orang yang berjasa dalam penemuan radio siaran ini adalah Dr. Lee De Forest, David Sarnoff, dan Dr. Frank Conrad.

Dibandingkan dengan media komunikasi massa lain seperti televisi, biaya penyelenggaraan siaran radio jauh lebih murah dengan kemampuan jangkauan daerah yang juga luas. Keunggulan lain dengan media radio ini yaitu kemampuan untuk menstimulasi imajinasi pendengar dan fleksibilitasnya dalam penyajian informasi dengan ragam bentuk sajian seperti dramatisasi, diskusi, ceramah atau dialog. Prinsip utama radio yaitu visualisasi, yakni berkontemplasi, berimajinasi membayangkan berbicara kepada seorang konsumen yang duduk di depan kita.

Pendengar radio adalah orang yang mendengarkan siaran radio. Pendengar muncul karena rasa suka dan simpatinya pada sebuah acara di radio. Simpati ini didasari beberapa unsur di antaranya motivasi ketertarikan pada isi siaran radio. Bisa dari jenis lagu, suara penyiar, sikap penyiar, atau memang merasa sebagai kebutuhan. Apabila sebuah radio siaran sudah mencapai target audiens dengan tepat dan benar, maka sejumlah biro periklanan akan mempercayainya sebagai media yang untuk menyampaikan pengantar pesan promosi sebuah produk. Dengan adanya iklan yang secara

¹ Nurudin, Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2016) h



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

continue, maka radio tersebut pun bisa menjalankan roda manajemennya dengan baik sehingga radio bisa terus beroperasi, dan radio bisa menyapa para pendengarnya selalu sehingga bisa mendapatkan kelayaitasan para pendengarnya.

Ada beberapa tipe pendengar, pertama pendengar yang aktif yaitu pendengar yang mempunyai keterlibatan langsung dengan acara. Mempunyai komunikasi langsung atau tidak langsung dengan penyiar/radio. Interaksi *talkshow*, kirim salam melalui media, surat, sms, telpon, YM, *facebook*, dll. Sebagai ajang silaturahmi udara antar pendengar sebagai pendengar yang aktif.

Kedua pendengar yang pasif, jumlahnya tidak terbatas dan sulit untuk mendeteksi pendengaran pasif, yaitu mereka hanya mendengarkan dan tidak berinteraksi langsung dengan penyiar.

Pendengar aktif maupun pasif merupakan kekayaan bagi sebuah radio. Apalagi mereka yang mengorganisir dirinya dalam sebuah perkumpulan atau paguyuban. Apabila sebuah radio siarannya sudah mencapai target audiens dengan tepat dan benar, maka sejumlah biro iklan akan mempercayainya sebagai media untuk menyampaikan penghantar pesan promosi sejumlah produk. Apabila radio siaran mampu menjadikan dirinya sebagai mitra usaha sejumlah agen periklanan berarti radio sudah memperoleh sumber finansial sebagai kendali utamagerak lajur operasional. Bahkan dapat di pastikan bahwa sumber finansialnya itu sangat mungkin akan dapat di proyeksikan untuk mencapai target yang telah di tentukan. Maka sangatlah penting bagi sebuah radio memiliki pendengar yang loyalatau sering disebut "*pendengar setia*". Dalam psikologi konsumen pendengar radio disebut sebagai kinsumen.

Loyalitas pendengar bagi sebuah perusahaan radio akan berdampak pada meningkatnya iklan perusahaan, seiring perkembangan persaingan di dalam bisnis dunia hiburan. Sebuah perusahaan radio haruslah mengetahui apa keinginan konsumennya (pendengar radio). Loyalitas merupakan konsep perilaku (*bahavior*) yang menunjukkan penggunaan jasa non-random yang di ungkapkan dari waktu ke waktu.



Oleh karena itu pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan, maka pada saat itulah perusahaan seluruh perusahaan baik yang memproduksi barang dan jasa selalu berusaha agar konsumen loyal terhadap perusahaan. Keinginan untuk mendapatkan konsumen yang loyal terhadap perusahaan yang juga dialami oleh perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan khususnya penyiaran radio. Karena pada saat ini begitu banyak bermunculan berbagai stasiun radio, sehingga kemungkinan pelanggan untuk berpindah pada radio lain.

Untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan, perusahaan sebaiknya memperhatikan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Salah satu faktor mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atau bara atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Konsumen membandingkan persepsi mereka atas kualitas produk setelah menggunakan produk tersebut sesuai dengan ekspektasi kinerja produk sebelum mereka membelinya. Tanggapan emosi ini disebut sebagai masukan (*input*) dalam persepsi kepuasan/ketidakpuasan. Kotler mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap sesuatu produk setelah ia membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapan.

Kepuasan konsumen (kepuasan pendengar), merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen, organisasi atau perusahaan dapat meningkatkan tingkat ketungtungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Sedangkan kepuasan pendengar adalah menurut kotler, tingkatan di mana anggapan kinerja (*perceived performance*) akan sesuai dengan harapan konsumen bila kinerja produk lebih rendah dibandingkan dengan harapan seorang konsumen, pembelinya tidak puas, sebaliknya bila harapan sesuai dengan harapan konsumen atau melebihi harapan, pembelinya akan merasa puas atau gembira.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang dan terciptanya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

loyalitas konsumen, serta memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) kepada calon konsumen lain yang menguntungkan bagi perusahaan.

Selain itu, terdapat beberapa penelitian mengenai pengaruh kepuasan terhadap loyalitas, yaitu pada penelitian dalam jurnal manajemen fakultas ekonomi Kristen petra mengenai “faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan” menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas. Penelitian ini dilakukan di radio pratama FM dalam hal ini penelitian melakukan korelasi antara kepuasan dengan loyalitaskonsumen.

Asep Samsul Ramli, berpendapat bahwa Radio merupakan media yang paling luas jangkauannya di muka bumi. Tidak ada sejengkal tanah dan laut pun yang tidak terjamah oleh *signal elektromagnetik* yang dipancarkan oleh lebih dari 35.000 stasiun Radio di seluruh dunia. Total jangkauan Radio melebihi Televisi dan apalagi surat kabar atau media cetak.²

Radio siaran mendapat julukan “kekuasaan kelima” atau *the fifth state*, setelah pers dianggap sebagai “kekuasaan keempat”. Para ahli komunikasi memberi julukan kekuasaan kelima kepada radio karena dibuktikan oleh sejarah yakni ketika menjelang, semasa, dan sesudah Perang Dunia II, tatkala Jerman, Italia, dan Jepang di satu pihak, terlibat dalam perang radio dengan Inggris, Amerika, Rusia, dan Negara lainnya di lain pihak. Sampai sekarang pun, jika terjadi perebutan kekuasaan di sebuah Negara, di antara sekian banyak media massa, yang pertama-tama diincar adalah stasiun radio siaran. Ada 3 faktor yang mendukung radio dijuluki kekuasaan kelima, yakni radio bersifat langsung, radio tidak mengenal jarak dan rintangan, dan radio memiliki daya tarik.³

Kehadiran radio menjadi alat komunikasi masyarakat. Sempat diragukan dengan kehadiran televisi dan internet, radio justru tidak terusik.

² Diena Nurul H, *Pengaruh Pesan Dakwah Program “Kajian Bersama Ustadz” Radio Hidayah 103,4 FM Terhadap Pengetahuan Ilmu Agama Islam pada Masyarakat Kota Pekanbaru*, (Universitas Riau: 2017) h 3

³ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2008) h 107



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

fleksibilitas yang dimilikinya menjadi kunci dan tidak bisa disaingi oleh media dalam bentuk yang disajikan. Koran hanya bisa nikmati dengan duduk diam. Internet lebih lagi, butuh konsentrasi yang lebih banyak lagi dari menonton televisi. Radio bisa dinikmati ketika sedang tiduran, menyetir mobil dan bahkan sambil melakukan pekerjaan yang lain. Hal tersebut menjadikan resep radio dapat bertahan disemua zaman. Keunggulan dari radio inilah yang masih banyak diminati oleh banyak kalangan masyarakat sehingga radio sampai saat ini masih ada. Radio masih tetap digemari juga disebabkan oleh jangkauan media ini, yang kebanyakan fokus pada wilayah kecil.

Radio adalah salah satu media massa elektronik yang membutuhkan pelanggan, namun dalam kesehariannya lebih dikenal dengan sebutan pendengar radio. Dari sekian banyaknya radio-radio yang bermunculan tentu masyarakat bisa memilih untuk mendengarkan radio sesuai selera masing-masing. Namun berbeda dari jumlah radio dan di kota, jumlah radio di daerah-daerah terbilang cukup minim.⁴

PT Radio Kampar Pratama Swara yang beralamat di JL. Bukit permai 4 NO.1 bangkinang adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang media penyiaran dengan mengudara pratama FM. Dengan slogan “radio musik Indonesia” membidik pasar muda sampai dewasa, dengan status ekonomi sosial B.C.D & E Berusia di antara 18-40 tahun.

Target pendengar tersebar di seluruh Kabupaten Kampar, Pekanbaru Minas dan perbatasan Sumatra Barat dan lainnya. Pada awal berdirinya, radio Pratama FM hanya konsen sebagai media penyiaran, namun seiring dengan berjalannya waktu, menyelenggarakan berapa *event-event off air* baik yang mereka buat sendiri maupun berdasarkan ‘Order’ dari client. Beberapa event yang sudah pernah di laksanakan antaranya: Dendang Sarimi, Lomba Karaoke “Bioactive”. Band Competition Bersama *Class Mill*, Pentas Udara “Old & New Years” Bersama klinik Dr. Ari, Stand Up Comedy Show with Babe

⁴ Kasali Rhenald, *Membidik Pasar Indonesia*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama 1998), 1296.

Cabita, Dll. Selain On Air, Radio Pratama FM juga memanfaatkan internet sebagai penunjang dari usaha kami baik melalui website maupun social media.

Secara geografis kabupaten Kampar berbatasan dengan langsung dengan kota pekanbaru, Kab. Rokan Hulu dan Sumatra Barat. Terdiri dari 21 kecamatan dan 250 Desa/kelurahan. Sebanyak 23 Desa/kelurahan termasuk perkotaan dan sisanya 227 Desa/kelurahan termasuk kategori perdesaan. Berdasarkan hasil pencacahan sensus penduduk 2010 (SP2010). Jumlah penduduk kabupaten Kampar adalah 696.392 jiwa. Kehadiran radio di kota-kota besar menjamur karena heterogenya segmentasi khalayak yang ada. Berbeda dengan kota-kota kecil, jumlah radio bisa terbilang hanya hitungan jari terlebih radio swasta. Salah satunya adalah di daerah Bangkinang, Kampar. Radio swasta yang berdiri disana yang terkenal adalah Radio Pratama FM. Radio Pratama FM merupakan satu-satunya radio swasta nasional pertama di Kabupaten Kampar. Radio Pratama FM memosisikan diri sebagai radio terbaik di Kabupaten Kampar saat ini pasca terpilihnya mereka sebagai pemenang kategori Program Hiburan pada ajang KPID Riau Awards 2016, mengalahkan 12 program radio lainnya di kategori yang sama. Radio Pratama FM selain sebagai media penyiaran, mereka juga ikut serta menggarap event-event *Off Air* baik yang mereka buat sendiri maupun berdasarkan *order* dari klien. Radio ini memiliki 29 media partner, dan 40 iklan.⁵

Dengan hadirnya radio Pratama FM sebagai radio terbaik di Kabupaten Kampar, maka basis pendengar radio ini sudah mengenal mereka dengan baik terutama oleh segmentasi radio Pratama FM sendiri yakni yang berada pada kekuatan sosial ekonomi menengah kebawah (B,C,D,E) yang terdiri dari PNS, Mahasiswa/i, dan ibu rumah tangga yang berkisar umur antara 18-40 tahun.

Berdasarkan data-data inilah, peneliti tertarik ingin meneliti seberapa besar pengaruh eksistensi Pratama FM sebagai radio swasta di Bangkinang terhadap loyalitas pendengarnya, dimana indikator dari kepuasan pendengar yang peneliti ambil adalah kriteria dari kepuasan pendengar menurut

⁵ Website resmi Radio Pratama 88,8 FM, www.pratamafm.com/profile

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Parasuraman, Zeithaml dan Berry yakni kajian terhadap Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti fisik, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami konsumen, akses, dan kesopanan. Sedangkan untuk indikator loyalitas menurut Jones dan Sasser Jr yaitu *intent to repurchase*, *primary behavior* (hal yang terbaru, frekuensi, jumlah, ketahanan, umur panjang), *secondary behavior* (hubungan pelanggan, persetujuan, dan perkembangan).

Pada dasarnya komunikasi massa mengungkapkan adanya reaksi akibat dari adanya stimulus yang dalam hal ini diberikan oleh media massa. Terdapat kaitan erat antara pesan-pesan media dengan reaksi atau respon dari khalayak. Teori stimulus-respon (*stimulus-response theory*) adalah teori yang menyatakan bahwa organisme belajar dulu untuk mengasosiasikan stimulus awal dengan yang lainnya, stimulus yang berdekatan dan kemudian menanggapi stimulus kedua yang terkondisi dengan perilaku sebelumnya yang dipicu oleh stimulus awal.⁶

Teori S-R ini mengemukakan bahwa pesan-pesan media yang berisi stimulus menghasilkan respon yang berbeda-beda dari kalangan khalayak. Efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimuli sehingga akhirnya seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Media massa merupakan salah satu yang memiliki peranan sebagai sumber informasi. Setiap khalayak dalam menerima stimulus yaitu informasi berupa pesan dari media memiliki persepsi yang berbeda-beda karena walaupun pesan atau stimulus yang disampaikan sama, namun dampak atau pengaruh yang terjadi akan berbeda satu sama lain.

Untuk melihat bagaimana suatu program siaran radio dapat memenuhi kebutuhan atau memberikan kepuasan kepada pendengarnya dapat dianalisis sesuai dengan *uses and gratifications theory*. Teori ini mengemukakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. (Nurudin, 2007: 192). Teori *uses and gratifications* lebih

⁶ Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2004), 17.

menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana dan lewat media mana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya.⁷

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

“Pengaruh Kepuasan Pendengar Radio Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang”.

B. Penegasan Istilah

1. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.

2. Pendengar Radio

Pendengar radio adalah orang yang mendengarkan siaran radio. Pendengar muncul karena rasa suka dan simpatinya pada sebuah acara di radio.

3. Radio Pratama 88,8 FM

PT Radio Kampar Pratama Swara yang beralamat di JL. Bukit permai 4 NO.1 bangkinang adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang media penyiaran dengan mengudara pratama FM. Dengan slogan “radio musik Indonesia” membidik pasar muda sampai dewasa, dengan status ekonomi sosial B.C.D & E Berusia di antara 18-40 tahun.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kepuasan pendengar radio terhadap loyalitas pendengar radio Pratama 88,8 FM Bangkinang?

⁷ Bagus Haryo Permadi, *Pengaruh Motif dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pendengar Program Siaran Obat Tidur Radio EBS FM Surabaya*, (2013, diakses di <http://journal.unair.ac.id> 9(2), h

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasaan pendengar radio terhadap loyalitas pendengar radio Pratama 88,8 FM Bangkinang.

2. Kegunaan Penelitian

- Secara Teoritis untuk mengembangkan ilmu komunikasi khususnya mengenai pengaruh kepuasaan pendengar radio terhadap loyalitas pendengar radio Pratama 88,8 FM Bangkinang
- Secara Akademis untuk memberikan sumbangan karya ilmiah pada penulis khususnya dan mahasiswa pada umumnya, khususnya dibidang Ilmu Komunikasi konsentrasi *Broadcasting*.
- Secara Praktis adalah dapat menambah wawasan penulis serta masukan bagi semua pihak yang terkait.

E. Sistematika Penulisan

BAB I :PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, permasalahan , tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II :KAJIAN TEORI DAN KERANGKA FIKIR

Pada bab ini akan diuraikan tentang kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka Fikir.

BAB III :METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data

BAB IV :GAMBARAN UMUM

Bab ini Berisi Tentang Profil Radio Pratama 88,88 FM Bangkinang.



BAB V

:HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini Berisi Mengenai Pengaruh Kepuasan Pendengar Radio Terhadap Loyalitas pendengar Radio Pratama 8.88 FM Bangkinang.

BAB VI

:PENUTUP

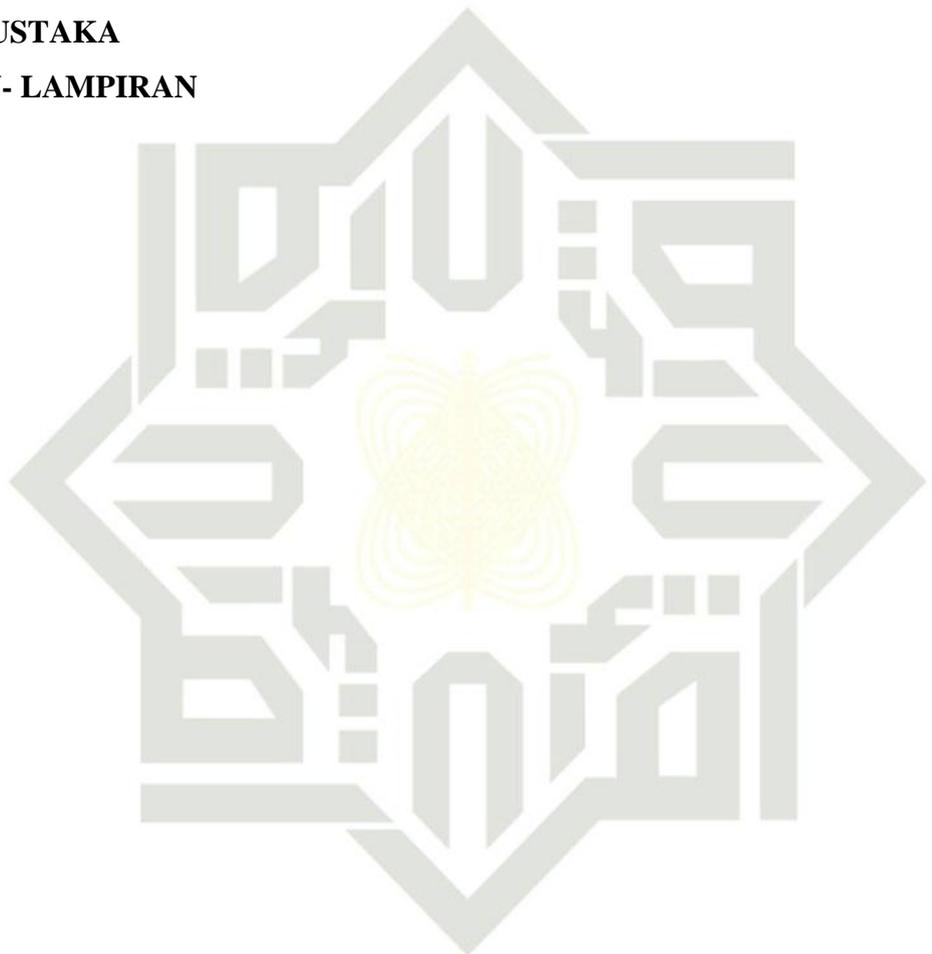
Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran penelitian

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Teori

Kajian teori adalah langkah kedua dalam proses penelitian. Peneliti mencari teori-teori, konsep-konsep, generalisasi-generalisasi hasil penelitian yang dijadikan sebagai landasan teoritis untuk pelaksanaan penelitian.

Dalam kaitannya dengan kegiatan penelitian, maka fungsi teori yang pertama digunakan untuk memperjelas dan mempertajam ruang lingkup, atau konstruk variabel yang akan diteliti. Fungsi teori yang kedua adalah untuk merumuskan hipotesis dan menyusun instrumen penelitian, karena pada dasarnya hipotesis itu merupakan pernyataan yang bersifat prediktif. Selanjutnya fungsi teori yang ketiga digunakan untuk membahas hasil penelitian, sehingga selanjutnya digunakan untuk memberikan saran dan upaya pemecahan masalah

1. Kepuasan Pendengar

a. Pengertian Kepuasan Pendengar

Satisfication atau kepuasan berasal dari bahas latin, yaitu statis yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Kepuasan di artikan sebagai produk dan jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang di cari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup. Mowen dan minor medefinisikan sikap kepuasana konsumen sebagai keseluruhan sikap yang di tunjukan konsumen atau barang dan jasa mereka memperoleh dan menggunakannya. Konsumen membandingkan presepsi mereka atas kualitas produk setelah menggunakan produk tersebut sesuai dengan ekspektasi kinerja produk sebelum mereka menggunakan. Tanggapan emosi ini bertindak sebagai masukan atau input dalam presepsi kepuasan/tidakpuasan.⁸

Menurut Supranto istilah kepuasan konsumen merupakan label yang digunakan oleh konsumen untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk barang atau jasa. Contohnya bila seorang

⁸ Iretta Alfazriani, *Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Sheba FM*, (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah), h 26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen tersenyum saat melihat produk atau jasa yang sedang dipromosikan maka seorang itu telah merasakan kepuasan pada produk atau jasa yang di lihat. Oliver mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai respon emosional berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang di beli, geri ritel, atau pola perilaku berbelanja atau perilaku konsumen.⁹

Jadi, kepuasan adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau dikonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakana setelah pemakaian.

b. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Irawan faktor mempengaruhi kepuasan konsumen dalam penelitian ini yakni pendengar sebagai berikut¹⁰ :

- 1) Kualitas, pendengar akan mersa puas jika memakai atau mendengarkan produk tersebut, ternyata kualitasnya baik.
- 2) Harga. Konsumen yang sensitive biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Kualitas produk dan harga seringkali tidak mampu menciptakan keunggulan dalam hal kepuasan konsumen.
- 3) Kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal, yaitu : system, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi besar. Tidak heran jika kepuasan terhadap kualitas sulit ditiru. Pembentukan *attitude* dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukanlah pekerjaan yang sangat mudah. Pembinaan harus di lakukan dari segi *rekrutmen, training*, budaya kerja dan hasilnya baru di lihat setelah tiga tahun.
- 4) *Emotional factor*. Beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik, dan pakaian, kepuasan konsumen yang ke empat yaitu *emosinal factor*. Contohnya kepuasan konsumen akan timbul pada saat mengendarai mobil yang memilik brand image yang baik.

⁹ Iretta Alfazriani, *Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Sheba FM*, (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah), h 25-26

¹⁰ Iretta Alfazriani, *Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Sheba FM*, (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah), h 29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5) Kemudahan. Konsumen akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

c. Dimensi Kepuasan

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) mengidentifikasi ada 10 pokok dimensi kepuasan. Yakni reliabilitas, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami konsumen, akses, dan kesopanan.¹¹ Namun dalam perjalanan penelitiannya, Parasuraman dan kawan-kawan menyusutkan 10 dimensi ini menjadi 5 dimensi dengan penambahan satu nama dimensi baru yakni empati. Jika digabungkan dengan penelitian mereka terdahulu maka pembagian dimensi kepuasan ini pun menjadi 11.

Beberapa indikator kepuasaan konsumen yang dapat dilakukan oleh seseorang antara lain :

1. Reliabilitas / *reliability*
2. Daya tanggap / *responsiveness*
3. Jaminan / *assurance*
4. Empati / *empathy*
5. Bukti fisik / *tangible*
6. Komunikasi / *communication*
7. Kredibilitas / *credibility*
8. Keamanan / *security*
9. Kemampuan memahami konsumen / *understanding*
10. Akses / *access*
11. Kesopanan / *courtesy*

1. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang di sepakaiti.

¹¹ Parasuraman, A., Zeithaml, VA., and Berry, LL., "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol 49, Fall, 1985. H 47



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. **Hak cipta milik UIN Suska Riau**
3. Jaminan (*assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen dan dapat menciptakan rasa aman bagi konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang di butuhkan untuk menanganisetiap pertanyaan atau masalah konsumen.
 4. Empati (*empathy*), berarti perusahaan yang memahami masalah para konsumen dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberi perhatian personal kepada konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.
 5. Bukti fisik, berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang di gunakan oleh perusahaan serta penampilan karyawan. Yang termasuk di dalamnya adalah fasilitas secara fisik, alat dan perkakas fisik yang digunakan untuk proses pelayanan.
 6. Komunikasi, perusahaan harus memiliki komunikasi yang baik dengan konsumen, agar menjalankan perusahaannya lancar tanpa hambatan. Komunikasi disini maksudnya adalah menjaga konsumen agar tetap mendapatkan informasi dalam bahasa yang mereka mengerti, lalu mendengarkan segala keluhan kesah konsumen. Perhatikan bahwa karyawan memiliki pendidikan dan latar belakang yang baik dan berbicara dengan singkat, padat, jelas, serta terus terang. Termasuk didalamnya adalah menjelaskan mengenai jenis layanan yang diberikan, menjelaskan secara keuangan yang dibutuhkan konsumen jika diperlukan, dan membawa konsumen pada pengertian bahwa setiap permasalahan ada solusinya.
 7. Kredibilitas, dalam perusahaan harus memiliki kredibilitas yang sangat tinggi agar konsumen merasa royal dan puas untuk membeli produk-produk yang perusahaan suguhkan. Termasuk di dalamnya adalah



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kepercayaan dan kejujuran. Mengajak dan mencoba menyentuh konsumen pada hati nurani mereka. Karena yang dipertaruhkan dalam hal ini adalah nama dan reputasi perusahaan.

8. Keamanan (*security*), dalam perusahaan harus memiliki keamanan yang kuat supaya dalam menjalankan perusahaan berhasil dan juga harus mengawasi karyawan supaya lancar sebuah perusahaan. Keamanan disini maksudnya adalah kebebasan dari segala bahaya, resiko, dan keraguan. Termasuk didalamnya adalah keamanan fisik, keamanan finansial, dan kenyamanan.

9. Kemampuan memahami konsumen, dalam teori ini kemampuan memahami konsumen sangat di butuhkan karna berjalan nya sebuah perusahaan harus mengerti apa maunya konsumen agar konsumen merasa puas dan royal terhadap perusahaan tersebut. Karyawan harus berusaha untuk mengerti seluruh situasi konsumen dan kebutuhan konsumen. Termasuk dalam memahami dan mempelajari permintaan dan kebutuhan konsumen, dan memberikan perhatian khusus.

10. Akses, setiap perusahaan harus memiliki akses yang kuat untuk memperlancarkan hasil usahanya supaya konsumen mersa sangat puas dengan layanan dari perusahaan tersebut. Kemudahan agar perusahaan mudah dijangkau oleh konsumen dimanapun dan kapanpun. Termasuk akses mudah untuk ditelpon, waktu tunggu yang wajar, jam operasional yang sesuai, dan lokasi operasional yang sesuai.

11. Kesopanan (*courtesy*), dalam menjalankan perusahaan harus memiliki sopan dan santun biar konsumen tidak berpindah ke perusahaan lain. Adab untuk saling menghargai, perhatian untuk melihat pertimbangan, dan sikap ramah ramah dari perusahaan. Termasuk didalamnya yakni kerapian, adab berbicara dan berbahasa, menjaga keamanan dan kenyamanan konsumen.

d. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Kotler mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

1. Sistem Keluhan dan Saran



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan yang sangat luas kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang di gunakan bias berupa kotak saran yang di letakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah di jangkau atau sering di lewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi ulang langsung mamupun yang bias di kirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain. Informasi yang di peroleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk beraksi dengan tanggapan dan cepat guna mengatasi masalah yang timbul akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bias saja mereka langsung beralih pemasok dan tidak akan membeli produk yang sama. Upaya mendapatkan saran yang sangat bagus dari pelanggan juga sulit diwujudkan dengan metode ini.

2) *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan yaitu dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk dan pesaing berdasarkan pengamalan mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesainya melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan. Ada baiknya setiap manajer perusahaan terjun langsung menjadi *ghost shopper* untuk mengetahui langsung bagaimana karyawan berinteraksi dan memperlakukan pelanggan. Tentunya karyawan tidak boleh tau kalau atasannya sedang melakukan penelitian atau penilaian (misalnya dengan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

cara menelpon perusahaannya sendiri dan mengajukan berbagai keluhan atau pertanyaan). Bila mereka tahu sedang di nilai, tentu saja perilaku mereka akan menjadi sangat manis dan hasil penilaian akan menjadi biasa

3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan sayangnya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/pentempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* yang perlu, tetapi pemantau *customer loss rate* juga penting, di mana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuskan pelanggan.

4) Survey Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang di lakukan dengan metode survey, baik dengan survey melalui pos, telepon mauppun wawancara pribadi. Melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggan.

2. Loyalitas

a. Pengertian Loyalitas

Isilah loyal atau loyalitas mengacu pada komitmen untuk bertahan secara mendalam terhadap produk atau jasa yang digunakan, sebagaimana didefinisikan Olive bahwa komitmen konsumen bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang.

Kata loyal dalam kamus *oxford English Dictionary* adalah “*a strong feeling of support and allegiance; a person shawing firm and constant support*”, bahwa definisi loyalitas di titikberatkan pada *strong feeling*, yaitu kedalaman perasaan manusia terhadap suatu hal, seperti keluarga, teman, organisasi, atau merk dan perasaan inilah yang mejadi unsur utama dan menentukan keeratan serta loyalitas.¹²

¹² Iretta Alfazriani, *Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Sheba FM*, (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah), h 12

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Arti dari loyalitas menurut Fandy Tjiptono, merupakan respon positif terhadap barang atau jasa dengan disertai pembelian ulang secara konsisten. Loyalitas merupakan kunci utama bagi perusahaan dalam menjamin profitabilitas jangka panjang, untuk itu berbagai macam strategi promosi dikerahkan oleh perusahaan guna menjadikan para pelanggannya memiliki loyalitas terhadap perusahaan. Sedangkan yang dimaksud dengan pendengar yang loyal menurut Starkey Dan Osle dalam jurnalnya berjudul Radio Audience Research, menyatakan bahwa karakteristik pendengar yang loyal dapat dilihat dari beberapa aspek diantaranya, frekuensi penggunaan media, durasi penggunaan media, dan keterlibatan pendengar.

Loyalitas konsumen merupakan dorongan perilaku untuk melakukan penggunaan jasa secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang di hasilkan oleh bandan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui proses pembelian yang berulang-ulang tersebut.

Konsumen yang loyal merupakan aset yang tak ternilai bagi perusahaan. Bagaimana menilai konsumen itu loyal atau tidak. Beberapa karakteristik dari pelanggan yang loyal, diantaranya adalah¹³ :

1. Melakukan Pembelian Ulang yang Konsisten
 Pelanggan membeli atau menggunakan kembali produk/jasa yang sama yang ditawarkan perusahaan
 2. Merekomendasikan Produk Perusahaan Kepada Orang Lain
 Pelanggan melakukan komunikasi dari mulut ke mulut berkenaan dengan produk/jasa tersebut kepada orang lain
 3. Konsumen Tidak Mudah Beralih Pada Produk Pesaing
 Pelanggan tidak tertarik terhadap tawaran produk sejenis dari pesaing
- Cara pengukuran loyalitas menurut Jones dan Sasser, Jr yaitu :

1. *Intent to Repurchase*, bertanya kepada pelanggan tentang niat mereka untuk melakukan pembelian atau penggunaan kembali produk/jasa yang ditawarkan untuk masa yang akan datang.

¹³ Iretta Alfazriani, *Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Sheba FM*, (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah), h 22



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. *Primary Behaviour*, selalu mempunyai akses untuk informasi dari bermacam-macam transaksi pada tingkat pelanggan dan dapat diukur oleh 5 kategori yang menunjukkan perilaku pembelian yang sebenarnya, yaitu :
 - a. *Recency* (hal yang terbaru), pelanggan yang sering melakukan pembelian/penggunaan atau tidak pada suatu produk/jasa
 - b. *Frequency* (frekuensi), berapa kali pelanggan mengunjungi dan melakukan pembelian/penggunaan suatu produk/jasa
 - c. *Amount* (jumlah), berapa banyak dan berapa kali produk yang dibeli/digunakan oleh pelanggan
 - d. *Retention* (ketahanan), berapa lama pelanggan masih menggunakan produk/jasa itu tanpa beralih ke produk/jasa yang lain.
 - e. *Longevity* (umur panjang), pelanggan yang tidak melakukan pembelian /penggunaan suatu produk ditempat lain.
3. *Secondary Behaviour*. Hubungan pelanggan (*customer referrals*), persetujuan (*endorsement*), dan perkembangan (*spreading*) merupakan bentuk yang penting dalam perilaku konsumen untuk perusahaan. Dalam banyak kategori barang dan jasa, pembicaraan dari mulut ke mulut merupakan faktor yang penting dalam memperoleh pelanggan baru. Sering kali itu mempermudah pelanggan untuk menanggapi dengan mudah pertanyaan tentang apakah pelanggan akan merekomendasikan barang atau jasa.

5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas

Loyalitas Pada penggunaan jasa layanan di pengaruhi antara lain : pengalaman yang di dukung oleh peningkatan pelayanan, potongan harga, dan penambahan jam.

Faktor-faktor yang memperngaruhi loyalitas seorang penggun barang atau jasa menyebutkan antara lain:

- a. Faktor harga. jika konsumen di hadapkan pada dua pilihan harga , pastinya konsumen akan memilih harga termurah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- b. Faktor kualitas. jika pilihan harga di kesampingkan, bagi masyarakat menengah ke atas lebih mendasarkan pihak merek pada kualitas, maka tidak jarang akan menggunakan produk/jasa dengan kualitas bagus walaupun harus mengeluarkan banyak untuk mendapatkannya, karena mereka berpandangan mutu atau kualitas mendatangkan kepuasan tanpa harus menyesal di kemudia hari
- c. Faktor kemudahan produk. Faktor ini erat kaitannya dengan biaya yang di keluarkan, artinya konsumen sulit mendapatkan produk tentunya banyak biaya yang harus di keluarkan.

e. Dimensi Loyalitas

Mengungkapkan dimensi seseorang di katakana sebagai konsumen loyal, yaitu :

1. Melakukan Pembelian Berulang yang Teratur

Konsumen yang loyal akan menampilkan perilaku setelah menggunakan jasa / produk, mereka akan mengulangi aktifitas penggunaan jasa layanan pada produsen yang sma secara continue untuk melakukan pembelian kembali.

2. Pembelian Antarlini Produk

Konsumen yang loyal tidak hanya melakukan pembelian hanya semacam produk, tetapi melakukan transaksi pada jenis produk lainnya pada produsen yang sama.

3. Mereferensikan Pada Orang Lain

Konsumen yang loyal akan mealkukan seperti menjadi pendukung bahkan membela produk/jasa mereka. Mereka akan membicarakan produsen tentang produk/jasa dan jika ada kesempatan mereka akan menarik orang lain untuk bergabung serta menawarkan dan memotivasi orang lain agar bias bersama-sama menggunakan produk atau jasanya serta mengingatkannya agar orang lain yang belum pernah atau pernah menggunakan namun sempat beralih ke produk/jasa lain agar tidak lupa akan kegunaan dan kualitas yang membuat mereka akan menggunakan kembali.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Menunjukkan Kekebalan Terhadap Tarikan Pesaing

Merek yang menjadi konsumen loyal menunjukkan perilaku seperti menolak pesaing jika ada tawaran lain yang menggiurkan mereka tidak ke produsen lain walalupun di bujuk. Mereka tidak sedikitpun terpengaruh, malah tidak akan mempertimbangkan atau menolak tawaran produsen lain. Mereka terus bertahan dengan produk lama dan jika ada yang menghina produk yang sedang mereka gunakan atau di belanya.

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.¹⁴

3. Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat berhubungan satu sama lain dimana saja manusia itu berada. Manusia berkomunikasi karena ada sesuatu yang ingin disampaikan kepada orang lain. Pentingnya komunikasi dengan manusia adalah suatu hal yang tidak bisa dipungkiri manusia.

Menurut Stuart, akar kata dari komunikasi berasal dari kata *communicatio* (berbagi). Kemudian berkembang ke dalam bahasa Latin, *communis* (membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih). Seseorang bisa dikatakan berkomunikasi jika ada pesan yang disebarkan pada pihak lain. Tentu saja, pesan itu harus bisa memahami orang lain atas pesan yang disebarkan. Seseorang yang sedang

¹⁴ Kadek Silvia e, dkk. *Efek Mediasi Kepuasan Pendengar dalam Hubungan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pendengar Radio Cassanova Bali*, (Universitas Udayana : 2015), E-Jurnal Manajemen Unud, Vol 4 No 6, h 1487



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terlibat dalam proses komunikasi tak lain mencoba untuk menumbuhkan kebersamaan atau *commones* (dalam pesan) pada orang lain yang diajak berkomunikasi. Ide, gagasan, dan perilaku yang kita libatkan dalam komunikasi diharapkan dipahami secara sama oleh penerima pesan.¹⁵

Gebner menjelaskan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Komunikasi massa juga dapat didefinisikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Definisi ini memberikan batasan pada komponen-komponen dari komunikasi massa. Komponen-komponen itu mencakup pesan-pesan, media massa (koran, majalah, radio, televisi dan film) dan khalayak.¹⁶

Devito Mendefinisikan komunikasi massa dengan memusatkan perhatian pada 5 variabel, yang terkandung dalam setiap tindak komunikasi dan memperlihatkan bagaimana komponen-komponen ini bekerja pada media massa.¹⁷

a. Sumber

Komunikator massa adalah suatu organisasi kompleks yang mengeluarkan biaya besar untuk menyusun dan mengirimkan pesan. Buku barangkali merupakan produk media yang paling mahal karena konsumen harus membayar keseluruhan media produksi, bila dibandingkan dengan media lainnya.

b. Khalayak (*audience*)

Dengan banyaknya jumlah khalayak dalam komunikasi massa, pesan harus difokuskan pada pemirsa atau khalayak rata-rata.

¹⁵ Nurudin, *Ilmu Komunikasi : Ilmiah dan Populer*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2016), 8-9.

¹⁶ Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Pekanbaru : Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau, 2009), h 131.

¹⁷ Joseph A Devito, *Komunikasi Antarmanusia*, (Tangerang Selatan : Karismam Publishing Group, 1997), h 505.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Pesan

Komunikasi massa merupakan milik umum. Setiap orang dapat mengetahui pesan-pesan komunikasi massa di media-media massa.

d. Proses

Ada 2 proses. Yaitu proses mengalirnya pesan (satu arah) dan proses seleksi pesan (dua arah).

e. Konteks

Komunikasi massa berlangsung dalam suatu konteks sosial. Media mempengaruhi konteks sosial dan konteks sosial mempengaruhi media. Dengan kata lain, terjadi hubungan transaksional antara media dan khalayak.

Sementara itu untuk fungsi-fungsi dari komunikasi massa, ada banyak pendapat yang mengemukakan hal ini. Secara umum, ada 2 fungsi pokok yaitu fungsi terhadap masyarakat (*societal function*) dan fungsi terhadap individu (*individual function*) dimana kedua fungsi ini saling melengkapi satu sama lain. Fungsi terhadap masyarakat memiliki pengertian luas, mencakup orang banyak, kelompok-kelompok, dan sistem budaya termasuk norma sosial.

Menurut Laswell dan Wright ada empat fungsi komunikasi massa terhadap masyarakat. 1) Pengawasan lingkungan, 2) Penghubung antar bagian dalam masyarakat untuk menanggapi lingkungannya, 3) Sosialisasi atau pewarisan nilai-nilai, dan 4) Hiburan.

Sementara itu, Samuel L. Becker menjelaskan bahwa ada 7 fungsi komunikasi massa terhadap individu. Fungsinya adalah sebagai berikut : 1) Pengawasan atau pencarian informasi, 2) Mengembangkan konsep diri, 3) Fasilitas dalam hubungan sosial, 4) Substitusi dalam hubungan sosial, 5) Membantu melegakan emosi, 6) Sarana pelarian dari ketegangan dan ketegasingan, 7) Sebagai bagian dari kehidupan rutin atau ritualisasi.¹⁸

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui

¹⁸ Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2004), 3.



media massa pada sejumlah orang. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Media massa adalah sarana yang membawa pesan. Media massa adalah institusi yang berperan sebagai agent of change, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa. Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan :

1. Sebagai institusi pencerahan masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi. Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya, dan menjadi masyarakat yang maju.
2. Media massa juga menjadi media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dengan informasi yang terbuka dan jujur dan benar disampaikan media massa kepada masyarakat, maka masyarakat akan menjadi masyarakat yang kaya dengan informasi, masyarakat yang terbuka dengan informasi, sebaiknya pula masyarakat akan menjadi masyarakat informatif, masyarakat yang dapat menyampaikan informasi dengan jujur kepada media massa. Selain itu informasi yang banyak dimiliki oleh masyarakat, menjadikan masyarakat sebagai masyarakat dunia yang dapat berpartisipasi dengan berbagai kemampuannya.
3. Media massa sebagai hiburan. Sebagai *agent of change*, media massa juga menjadi institusi budaya, yaitu institusi yang setiap saat menjadi corong kebudayaan, katalisator perkembangan budaya. Sebagai *agent of change* yang dimaksud adalah juga mendorong agar perkembangan budaya itu bermanfaat bagi manusia bermoral dan masyarakat sakinah, dengan demikian media massa juga berperan untuk mencegah berkembangnya budaya-budaya yang justru merusak peradaban manusia dan masyarakatnya.

4. Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirimkan sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan juga bisa merambat lewat ruang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium atau pengangkut. Radio juga merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa. Melalui radio suatu komunikasi yang akan disampaikan oleh komunikator kepada khalayak banyak dapat berlangsung dalam waktu yang singkat dan komunikasi akan menerima komunikasi secara bersamaan walaupun ditempat yang berbeda.

Radio siaran mendapat julukan “kekuasaan kelima” atau *the fifth state*, setelah pers dianggap sebagai “kekuasaan keempat”. Para ahli komunikasi memberi julukan kekuasaan kelima kepada radio karena dibuktikan oleh sejarah yakni ketika menjelang, semasa, dan sesudah Perang Dunia II, tatkala Jerman, Italia, dan Jepang di satu pihak, terlibat dalam perang radio dengan Inggris, Amerika, Rusia, dan Negara lainnya di lain pihak. Sampai sekarang pun, jika terjadi perebutan kekuasaan di sebuah Negara, di antara sekian banyak media massa, yang pertama-tama diincar adalah stasiun radio siaran. Ada 3 faktor yang mendukung radio dijuluki kekuasaan kelima, yakni radio bersifat langsung, radio tidak mengenal jarak dan rintangan, dan radio memiliki daya tarik.¹⁹

1. Radio Siaran Bersifat Langsung

Makna langsung sebagai sifat radio siaran ialah, bahwa suatu pesan yang akan disiarkan dapat dilakukan tanpa proses yang rumit. Para ahli komunikasi membandingkannya ketika dalam Perang Dunia II Sekutu menyebarkan pamflet ke Negara-negara Eropa yang diduduki Jerman. Selain memerlukan waktu yang lama dalam pembuatannya, juga mengandung resiko bahaya tertembaknya pesawat udara yang menyebarkannya. Penyampaian pesan propaganda lebih efektif dan efisien melalui radio karena langsung ke rumah-rumah, dan langsung pula dapat disampaikan melalui mikrofon.

¹⁹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2008) 107-108



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Radio Siaran Tidak Mengenal Jarak dan Rintang

Bagi radio tidak ada jarak waktu, begitu suatu pesan diucapkan oleh seorang penyiar atau orator, pada saat itu juga dapat diterima oleh khalayak. Bagi radio tidak pula ada jarak ruang, bagaimanapun jauhnya sasaran yang dituju, radio dapat mencapainya. Suatu pesan yang disiarkan dari suatu tempat di suatu Negara, dapat sampai seketika di tempat lain, Negara lain, dan benua lain.

3. Radio Siaran Memiliki Daya Tarik

Radio sejak zaman dahulu memiliki daya tarik, disebabkan oleh tiga unsur yang melekat padanya, yakni kata-kata lisan (spoken words), music, dan efek suara (sound effect). Dengan dihiasi music dan didukung efek suara, suatu acara yang disajikan radio menjadi hidup.

Radio adalah salah satu media konvensional yang masih bertahan hingga saat ini. Radio bersifat *auditif* (hanya bisa didengar), murah, merakyat, dan dapat dibawa atau didengarkan di mana saja. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan. Percampuran antara kata, musik dan efek suara lainnya akan mempengaruhi emosi pendengar serta mengajak mereka berada dilokasi kejadian yang di komunikasikan, dan semuanya itu dikenal dengan konsep *the theatre of mind* (Masduki, 2004:16). Radio tidak sekedar berorientasi pada pendengar sebagai konsumen. Pengiklan juga merupakan konsumen dari radio yang memegang peranan penting dikarenakan bersedia membayar untuk membeli suatu program acara siaran dalam rangka mempromosikan produknya.²⁰

Radio merupakan media massa auditif, yakni dikonsumsi telinga atau pendengaran sehingga isi siarannya bersifat sepintas lalu dan tidak dapat diulang, *audience* tidak mungkin mengembalikan apa yang sudah dibicarakan oleh penyiar karena bersifat sepintas saja, karenanya informasi yang

²⁰ Dewi Deniaty S, *Pengaruh Persepsi Kualitas Siaran dan Format Siaran Serta Kualitas Penyiar Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pendengar Pada Radio KISS FM Jember*, (Universitas Jember, 2016), Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol.10 No.3. h 253

disampaikan oleh penyiar radio harus jelas dengan bahasa yang mudah dicerna oleh pendengar.²¹

1) **Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang.**

PT Radio Kampar Pratama Swara yang beralamat di JL. Bukit permai No.1 Bangkinang adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang media penyiaran dengan mengudara pratama FM. Dengan slogan “radio musik Indonesia” membidik pasar muda sampai dewasa, dengan status ekonomi sosial B.C.D & E Berusia di antara 18-40 tahun.

Target pendengar tersebar di seluruh kabupaten Kampar, Pekanbaru Minas dan perbatasan Sumatera Barat dan lainnya. Pada awal berdirinya, radio Pratama FM hanya konsen sebagai media penyiaran, namun seiring dengan berjalannya waktu, menyelenggarakan berapa event–event off–air baik yang mereka buat sendiri maupun berdasarkan ‘Order’ dari client. Beberapa event yang sudah pernah di laksanakan antaranya: Dendang Sarimi, Lomba Karaoke “Bioactive”. Band Competition Bersama Class Mild, Pentas Udara “Old & New Years” Bersama klinik Dr. Ari, Stand Up Comedy Show with Babe Cabita, dll. Selain On Air, Radio Pratama FM juga memanfaatkan internet sebagai penunjang dari usaha kami baik melalui website maupun social media.

Secara geografis kabupaten Kampar berbatasan dengan langsung dengan kota Pekanbaru, Kab. Rokan Hulu dan Sumatra Barat. Terdiri dari 21 kecamatan dan 250 Desa/kelurahan. Sebanyak 23 Desa/kelurahan termasuk perkotaan dan sisanya 227 Desa/kelurahan termasuk kategori perdesaan. Berdasarkan hasil pencacahan sensus penduduk 2010 (SP2010). Jumlah penduduk kabupaten Kampar adalah 696.392 jiwa.

5. **Teori Stimulus-Respon (S-R)**

Teori yang paling tua dan paling mendasar dalam komunikasi adalah teori stimulus-respons yang dikenal sebagai teori jarum hipodermik atau teori peluru. Teori ini meyakini bahwa kegiatan mengirimkan pesan sama halnya dengan penerima pesan. Teori ini menunjukkan sebagai proses aksi (Stimulus)

²¹ Asep Syamsul, *Jurnalistik Praktis*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2009), h 21



dan reaksi (Respon) yang sangat sederhana. Teori ini dapat dianggap sebagai proses pertukaran atau perpindahan informasi.

Dalam Proses perpindahan informasi ada dua kemungkinan respon yang akan terjadi setelah stimulus diberikan oleh komunikator, yaitu reaksi negative atau positif. Hosland, et al (1953) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari :

- a. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila institusi atau organisasi, oleh karena itu komunikatornya melembaga, mempunyai lebih banyak kebebasan.
- b. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum, media ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum, tidak ditujukan kepada sekelompok orang tertentu. Media massa tidak akan menyiarkan suatu pesan yang tidak menyangkut kepentingan umum.
- c. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan, ciri ini merupakan yang paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi lainnya.
- d. Komunikasi massa bersifat heterogen, komunikasi adalah khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen dalam keberadaannya secara terpecah-pecah, dimana satu sama lain tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam berbagai hal, jenis kelaminnya, usia, agama, ideologi, pekerjaan, pendidikan, pengalaman hidup, kebudayaan, pandangan hidup, keinginan, cita-cita dan sebagainya.

Model komunikasi lain yang juga berkenaan dengan penelitian ini adalah model *uses and gratification*. Untuk melihat bagaimana suatu program siaran radio dapat memenuhi kebutuhan atau memberikan kepuasan kepada pendengarnya dapat dianalisis sesuai dengan *uses and gratifications theory*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Teori ini mengemukakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. (Nurudin, 2007: 192). Teori *uses and gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana dan lewat media mana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya.²²

Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sini timbul istilah *uses and gratification*, penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi.²³

B. Kajian Terdahulu

Dalam kajian terdahulu di bahas beberapa pemikiran para peneliti dari penelitian sebelumnya yang mempunyai atau membahas hal yang mendekati, ada 5 peneliti antara lain adalah

Penelitian yang di lakukan oleh Iretta Alfazriani, Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2011) tentang **Pengaruh Kepuasan Pendengar terhadap Loyalitas Pendengar Radio Sheba 87,8 FM** menggunakan metode Kuantitatif Deskriptif, dapat di simpulkan Pengaruh Kepuasan Pendengar terhadap Loyalitas Pendengar Radio Sheba 87,8 F bahwa Angket kepada 150 orang pendengar Radio Sheba, diambil dari 300 orang yang terkumpul dalam 993 *Friends dan Paguyuban Padi*.

²² Bagus Haryo Permadi, *Pengaruh Motif dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pendengar Program Siaran Obat Tidur Radio EBS FM Surabaya*, (2013, diakses di <http://journal.unair.ac.id> 9(2), h

²³ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2014) 565

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peneliti lainnya Mohamad Fahmi, STIESIA Surabaya Tentang Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 2 No. 12 (2013) **Pengaruh Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Honda Terhadap Citra Perusahaan Pt Ahm** menggunakan metode Kuantitatif dengan metode kausal komparatif (*causal comparative research*) hasil dari Pengaruh Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Honda Terhadap Citra Perusahaan Pt Ahm pengujian simultan menunjukkan pengaruh variabel kepuasan dan loyalitas pelanggan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa naik turunnya citra perusahaan PT Astra Motor Honda di Surabaya ditentukan oleh seberapa baik tingkat kepuasan mereka dan seberapa tinggi loyalitas mereka pada perusahaan tersebut.

Dari peneliti lainnya Kadek Silvia Ermayanti dkk, Universitas Udayana Bali, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 6, 2015 : 1483-1503. ISSN: 2302-8912, **Efek Mediasi Kepuasan Pendengar Dalam Hubungan Kualitas Layanan Dengan Loyalitas Pendengar Radio Cassanova Bali** dengan menggunakan metode Kuantitatif dan hasilnya 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.

Peneliti lain juga mengemukakan, Dewi Denati Sholihah, Universitas Jember (UNEJ), Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 10, No. 3 September 2016 Hal. 252 – 264 Analisis memakai analisa Deskriptif dan *Structural Equation Model (SEM)*.

Peneliti yang terakhir, Hon Liung, Tantri Yanuar Rahmat, Universitas Esa Unggul Jakarta, Jurnal Ekonomi Volume 8 Nomor 2, Mei 2017 dengan judul **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas Di Moderasi Harga** metode yang di gunakan adalah Analisis Deskriptif dan *Structural Equation Model (SEM)* hasilnya adalah menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik akan meningkatkan

kepuasan murid, kualitas layanan yang baik akan meningkatkan loyalitas murid, kepuasan murid yang semakin tinggi maka loyalitas murid akan semakin rendah, harga yang semakin murah akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas murid.

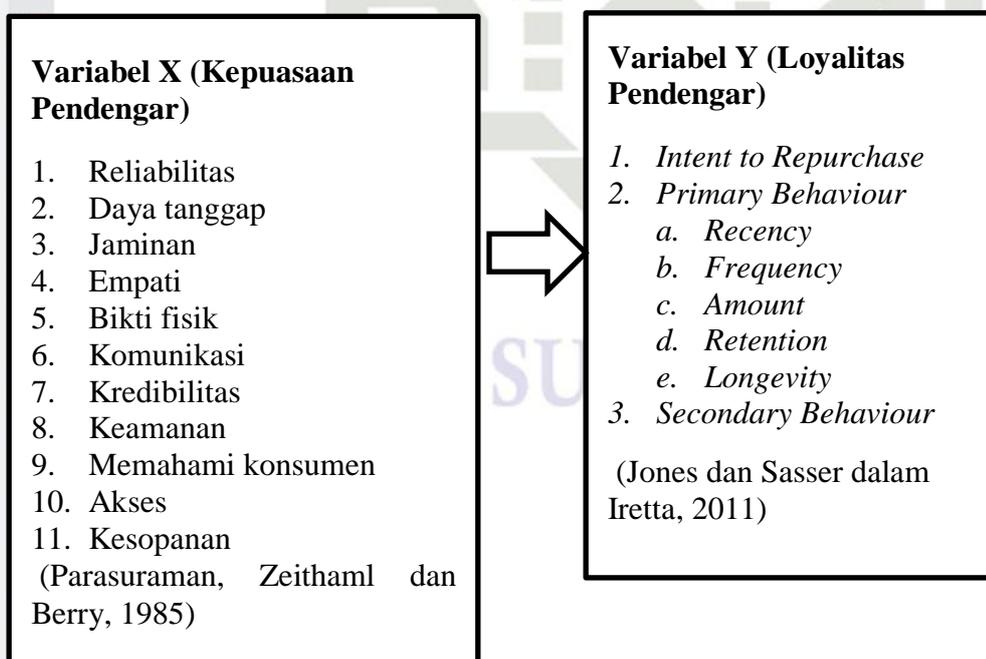
Berdasarkan pada penelitian sejenis terdahulu maka peneliti menarik judul Pengaruh kepuasan pendengar radio terhadap loyalitas pendengar radio Pratama 88,8 FM Bangkinang dengan metode penelitian kuantitatif eksplanatif. Perbedaan yang ada pada penelitian ini dari penelitian pertama yaitu teknik sampling yang dipakai.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah hasil pemikiran yang rasional untuk merumuskan hipotesis, yang merupakan jawaban sementara dari masalah yang diuji kebenarannya. Agar konsep-konsep dapat diteliti secara empiris, maka harus dioperasionalkan dengan mengubahnya jadi variabel.

Untuk melandasi penelitian, berikut model kerangka pemikiran yang digunakan dalam penerapan penelitian ini

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran Peneliti



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari kerangka pemikiran diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Variabel X yang terdiri dari kepuasan pendengar (penentuan realibilitas, daya tanggap jaminan, empati, bukti fisik, komunikasi, kredibilitas, keamanan, memahami konsumen, akses, dan kesopanan) berkaitan dengan variabel Y yaitu loyalitas pendengar dengan indikator (*Intent to Purchase, Primary Behaviour, dan Secondary Behaviour*). Peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan pendengar radio terhadap loyalitas pendengar radio Pratama 88,8 FM Bangkinang.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan penelitian yang masih belum sempurna, sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui penelitian. Pembuktian itu hanya dapat dilakukan dengan menguji hipotesis dimaksud dengan data di lapangan.

Untuk melanjutkan penelitian ini, maka peneliti membuat hipotesis untuk dilakukan pengujian, yaitu:

1. H_0 (*The Null Hypothesis*) : Tidak terdapat hubungan yg signifikan antara kepuasan dengan loyalitas pendengar radio Pratama 88,8 FM Bangkinang.
2. H_a (*The Alternative Hypothesis*) : Terdapat hubungan yg signifikan antara kepuasan dengan loyalitas pendengar radio Pratama 88,8 FM Bangkinang

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode yang digunakan untuk judul “Pengaruh kepuasan pendengar Radio Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang” ini adalah riset kuantitatif, yaitu riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Analisa kuantitatif adalah analisis berupa data yang diperoleh dari responden yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisis dan diolah menggunakan teori statistik sebagai alat pemecahan masalah yang akan dihadapi, sehingga metode ini akan memberikan kepastian dalam mengambil keputusan.

Sementara itu jenis atau tipe riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah ekplanasi. Eksplanasi dimaksudkan untuk menjelaskan generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan, atau pengaruh suatu variabel dengan yang lain. Jadi penelitian eksplanasi memiliki kredibilitas untuk mengukur hubungan sebab akibat dari dua atau beberapa variabel dengan menggunakan analisis statistik inferensial.

B. Lokasi dan Jadwal Penelitian

a. Lokasi penelitian

Sesuai dengan judul yang telah penulis kemukakan, maka penelitian ini dilaksanakan di daerah jangkauan radio Pratama berada yaitu di Bangkinang, Kabupaten Kampar. Tepatnya pada para pendengar di Bangkinang.

b. Subjek dan objek penelitian

- Subjek penelitian ini adalah pendengar radio pratama 8.88 FM.
- Objek Penelitian ini Pengaruh Kepuasan Pendengar Radio Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Pratama FM Bangkinang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian ini terdiri dari proses pengumpulan data, pengolahan dan penyuntingan data, yang dilaksanakan dari bulan Oktober 2018 hingga Februari 2019.

Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Maka, populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penduduk di Kabupaten Kampar yang berada dalam jangkauan radio Pratama 88,8 FM.

Berdasarkan data camat bangkinang jumlah penduduk bangkinang yaitu berkisaran 34.896 jiwa.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari suatu kumpulan objek penelitian yang diamati dengan hanya mempelajari dan mengamati sebagian dari kumpulan itu.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan

rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

- n : Jumlah sampel
- N : Jumlah populasi yang diketahui
- e : Kelonggaran ketidaktelitian

(kelonggaran ketidaktelitian yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 10%)

Maka diperoleh perhitungan penentuan jumlah sampel sebagai berikut

$$n = \frac{34.896}{1 + 34.896(0,1)^2}$$

$$n = 99.71$$

Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Peneliti menggunakan pertimbangan dalam memilih sampel yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan dan responden sesuai dengan kriteria tertentu yang digunakan oleh peneliti. Kriteria pendengar yang dijadikan responden adalah sebagai berikut :

- a. Responden adalah pendengar Radio Pratama 88,8 FM
- b. Pendengar yang diketahui peneliti dirasa mampu menjadi responden.

D. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung dapat dilapangan, antara lain tentang data-data maupun informasi yang diperlukan. Data primer juga merupakan data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan. Data primer dapat berbentuk opini subjek individual ataupun kelompok. Dan hasil observasi terhadap karakteristik benda, kejadian, kegiatan dan hasil suatu pengujian tertentu. Ada dua metode yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data primer, yaitu melalui observasi partisipan atau angket. Perolehan data primer peneliti dapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden.²⁴

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data kedua setelah sumber data primer. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan.

²⁴ Sugiarto, *Teknik Sampling*, (Jakarta :Gramedia Pustaka, 2003), h 40.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuisisioner

Kuisisioner berisi daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden.

Pada metode ini, peneliti menyebarkan pertanyaan tertulis yang disusun dalam daftar dan menyesuaikan dengan kajian penelitian untuk diisi oleh responden.²⁵

Dalam penelitian ini, peneliti akan memberikan kuisisioner kepada para pendengar radio Pratama di Bangkinang, yang sudah masuk dalam kriteria peneliti. Kriteria tersebut antara lain para pendengar yang mendengarkan radio Pratama dan para pendengar yang saat berkendara mobil pun tetap mendengarkan radio ini.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyalin data-data atau arsip-arsip yang tersedia pada interview maupun perusahaan yang berhubungan dengan penelitian. Dokumen adalah bahan tulis, film, maupun foto-foto yang di persiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik sesuai dengan kepentingan. Data-data penelitian berupa arsip penelitian yang di dapat melalui redaksi maupun wartawan yang bertujuan mendukung data primer dan data sekunder dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelusuran data melalui studi pustaka, penelusuran data online terkait dengan rumusan penelitian dan mengumpulkan dokumentasi berupa foto sebagai data pendukung data penelitian.

F. Teknik Pengukuran Data

Pengukuran adalah upaya pemberian tanda angka atau bilangan pada suatu objek atau peristiwa dengan aturan-aturan tertentu. Pengukuran adalah upaya memberikan nilai-nilai pada variabel. Untuk mengukur masing-masing indikator dari kedua variabel peneliti menggunakan pengukuran skala Likert,

²⁵ Rakhmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: kencana, 2006), h

yaitu seperangkat kriteria yang diperlukan untuk mengukur suatu variabel yang diteliti dengan menggunakan instrumental peneliti. Instrumental pada penelitian ini adalah angket.²⁶

Populasi pada penelitian ini adalah penduduk Kabupaten Kampar khususnya di Bangkinang yang mendengarkan radio Pratama 88,8 FM Bangkinang yang diharapkan dapat mengisi sesuai dengan pilihan jawaban yang sudah disediakan. Tiap-tiap pertanyaan/pernyataan diberi pilihan jawaban antara lain :

1. Sangat Setuju
2. Setuju
3. Kurang Setuju
4. Tidak Setuju
5. Sangat Tidak Setuju

Untuk keperluan analisis deskriptif, maka jawaban diberi nilai antara 1-5 yaitu:

- a. Jawaban sangat setuju/sangat sering diberi bobot 5
- b. Jawaban setuju/sering diberi bobot 4
- c. Jawaban kurangsetuju/cukup sering diberi bobot 3
- d. Jawaban tidak setuju/tidak sering diberi bobot 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju/sangat tidak sering diberi bobot 1

Untuk mendapatkan kecendrungan jawaban responden masing-masing variabel akan didasarkan pada nilai rata-rata kor jawaban yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini:²⁷

$$\begin{aligned} \text{Skor minimum} &= 1 \\ \text{Skor maksimum} &= 5 \\ \text{Lebar skala} &= \frac{5-1}{5} = 0,8 \end{aligned}$$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut

- 1.00-1.80 = sangat rendah
- 1.81-2.60 = rendah

²⁶ Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: kencana, 2008), h 133

²⁷ Umar Husein, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2005), 32.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dimiliki oleh UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2.61-3.40	= cukup
3.41-4.20	= tinggi
4.21-5.00	= sangat tinggi

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Sederhana. Regresi merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur ada tidaknya korelasi antar variabel sedangkan regresi linear sederhana adalah regresi linear dimana variabel yang terlibat di dalamnya hanya ada dua, yaitu variabel terikat Y dan satu variabel bebas X berpangkat satu. Kalau Y sebagai variabel dependen (terikat), maka variabel lain X merupakan variabel independen. Hubungan tersebut menyatakan bahwa ada pengaruh X terhadap Y.²⁸

Peneliti menggunakan rumus regresi linear sederhana dan diproses dengan menggunakan program SPSS 17 for windows dan rumus yang digunakan adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :	
X	= Variabel bebas
Y	= Variabel terikat
a	= Nilai konstan
b	= Nilai regresi

Nilai a dihitung dengan rumus :

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Nilai b dihitung dengan rumus :

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{n}$$

Kriteria Analisis:

²⁸ W. Gulo, *Metode penelitian*, (Jakarta : PT. Grasindo, 2005), h 186

Pengaruh Kepuasan Pendengar Radio Terhadap Loyalitas Para Pendengar Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang dapat diketahui dari hasil koefisien regresi linier sederhana. Apabila hasil dari koefisien regresi memiliki tingkat signifikansi lebih kecil dari taraf signifikan yang digunakan yaitu $\alpha = 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas isi media cetak dalam penanaman nilai sosial dan sebaliknya apabila tingkat signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,005$ maka tidak terdapatnya pengaruh yang signifikan antara variabel tersebut.

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari taraf probabilitas (signifikansi) yang ada (p value) merupakan hasil perbandingan taraf signifikansi dengan hasil signifikansi pengaruh kepuasan pendengar radio terhadap loyalitas pendengar radio pratama 88.8 FM Bangkinang. Taraf signifikansi yang digunakan adalah jika probabilitas (signifikansi) lebih dari $\alpha = 0,005$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dan sebaliknya jika tingkat probabilitas (signifikansi) lebih besar dari $\alpha = 0,005$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat dirumuskan sebagai berikut :

Signifikansi $>\alpha = 0,005$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Signifikansi $<\alpha = 0,005$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

H. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mengukur apa yang diukur. Validitas menunjukkan kinerja kuisisioner dalam mengukur setiap instrumen kuisisioner. Uji validitas digunakan untuk menguji apakah tiap butir pernyataan dalam pertanyaan kuisisioner benar-benar dapat tepat mengungkap variabel-variabel yang diteliti.²⁹

Melihat validitas masing-masing butir pertanyaan, koefisien yang berkisar antara 0,30 sampai 0,50 telah dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap efisiensi suatu lembaga penelitian. Oleh karena itu, masing-masing

²⁹ Syofian siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group (2014), H 46.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

butir pertanyaan dikatakan valid apabila nilai dari corrected item-total correlation minimal sebesar 0,30.

Uji validitas ditetapkan dengan formulasi sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{((n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2))}}$$

Keterangan :

r : Koefisien korelasi product moment

X : Nilai dari item

Y : Nilai dari total item

n : Banyaknya sampel

I. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat uji untuk mengetahui tingkat kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang merupakan dimensi dari variabel. Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan pengukur yang sama pula. Reliabilitas suatu variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,6.

J. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap rumusan masalah. Hipotesis adalah pendapat yang kurang, maksudnya bahwa hipotesis ini merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji lebih dulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal.³⁰

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H₀ : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan dengan loyalitas pendengar radio Pratama 88,8 FM Bangkinang.

³⁰ Rachmat Kriyantono, *Teknis Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta : Kencana, 2006), 28



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

: Terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan dengan loyalitas pendengar radio Pratama 88,8 FM Bangkinang

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji T hitung dan koefisien determinasi.

Uji T Hitung

Digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (pervariabel) terhadap variabel tergantungnya. Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel tergantungnya atau tidak.

Kriteria pengujian :

- Jika nilai $t \geq t$ tabel atau p value $< \alpha$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak dengan kata lain variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- Jika nilai $t \leq t$ tabel atau p value $> \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak dengan kata lain variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

2. Koefisien Determinasi

Menurut Santoso dan Ashari, Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.³¹

Tabel di bawah ini merupakan pedoman dalam menentukan interval koefisien determinasi tersebut³².

³¹ Budi Purbayu Santosa dan Ashari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 125

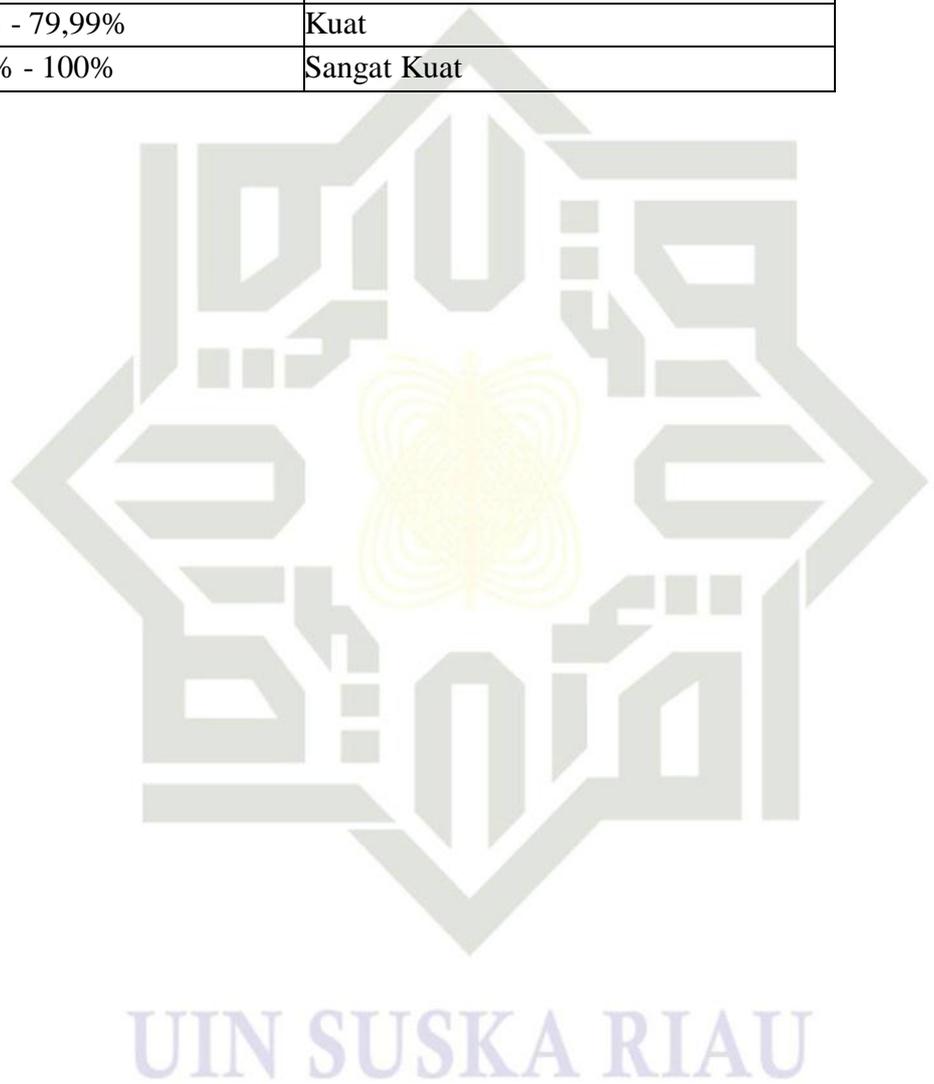
³² Sugiyono, *Metode Penelitian Cetak ke 10*, (Bandung : Alfa Beta, 2010), 184

Tabel 3.1
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% - 19,99%	Sangat Lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM

Sejarah Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang

Pada awal berdirinya, Radio Pratama FM hanya konsen sebagai media Penyiaran, namun seiring dengan berjalannya waktu, radio ini juga menggarap event-event Off-Air baik yang dibuat sendiri maupun berdasarkan 'Order' dari klien. Beberapa Event yang sudah pernah dilaksanakan diantaranya: Dendang Sarimi, Lomba Karaoke "Bioactiva", Band Competition bersama Class Mild, Pentas Udara "Old & New Years" bersama Klinik Dr. Ari, Stand Up Comedy Show with Babe Cabita, Dll. Selain On Air dan Off Air, Radio Pratama juga memanfaatkan internet sebagai penunjang dari usaha mereka, baik melalui Website maupun Sosial Media.

Secara geografis Kabupaten Kampar berbatasan langsung dengan Kota Pekanbaru, Kab. Rokan Hulu, dan Sumatera Barat. Terdiri dari 21 Kecamatan dan 250 Desa/Kelurahan. Sebanyak 23 Desa/Kelurahan termasuk perkotaan dan sisanya 227 Desa/Kelurahan termasuk kategori perdesaan. Berdasarkan hasil pencacahan Sensus Penduduk 2010 (SP2010), jumlah penduduk Kabupaten Kampar adalah 696.392 jiwa yang terdiri dari 359.136 laki-laki dan 337.256 perempuan.

Kehadiran Radio Pratama FM sebagai satu-satunya Radio Swasta Nasional pertama di Kab. Kampar, seperti oase ditengah-tengah minimnya media baik elektronik & cetak yang bisa mengerti, mewakili dan menjangkau mereka. Pratama FM mencoba mendekatkan diri melalui program-program yang menghibur & informatif serta merangkul mereka dengan lagu-lagu Indonesia seperti Pop, Dangdut, Kenangan, lagu Etnik dll. Pada ajang KPID Riau Awards 2016, Radio Pratama terpilih sebagai pemenang kategori Program Hiburan, mengalahkan 12 program radio lainnya dikategori yang sama. Radio ini sendiri tidak menampik untuk memposisikan diri sebagai Radio terbaik di Kab.Kampar saat ini, sekaligus media yang tepat untuk

dijadikan sebagai penyambung lidah guna mempromosikan produk-produk yang ada, yang sesuai dengan segmen pendengar mereka.³³

Data Radio Pratama 88,8 FM

Berikut adalah data dari Radio Pratama 88,8 FM :

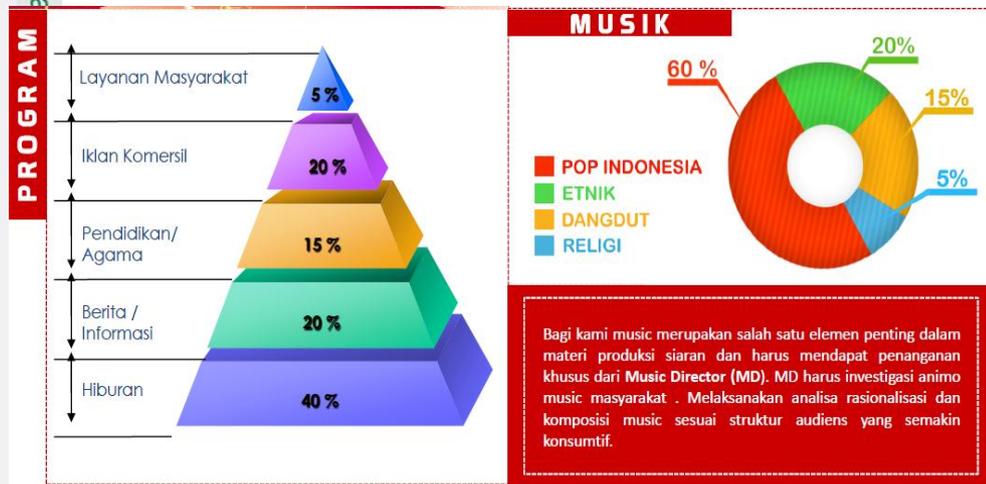
a. Nama Badan Hukum	: PT. Radio Kampar PratamaSwara
b. Nama Stasiun Radio	: Pratama88.8 FM
c. Call Sign	: PM4FJE
d. Izin Stasiun Radio	: 01639046-000SU/2020132014
e. IPP	: Nomor 517 Tahun 2015
f. Slogan	: Radio Musik Indonesia
g. Panggilan Pendengar	: MitraPratama
h. Format Kata	: Music, Berita, Gaya Hidup, Tips & Info Ringan.
i. Format Music	: Pop 60%, Dangdut15%, Daerah 20%, Religi 5%
j. Jenis Kelamin	: Pria50%, Wanita50%
k. Usia	: 18 –55Tahun
l. SES	: B-45%, C-35%, D-E 20%.
m. Pemancar	: R.V.R. VJ3000,
n. Antena	: OMB SGP1 -6 Bay
o. Audio Processor	: OmniaOne
p. TinggiTower	: 70 Meter
q. Jangkauan Siar	: Kab. Kampardan sekitarnya
r. Streaming	: www.pratamafm.com/ Erdio , TuneIn.
s. Waktu Siaran	: 06.00 –24.00 Wib
t. Studio	: Jl. Bukit Permai No.1 Bangkinang, Kab.Kampar Riau 28411. Telp/ Fax. 0762-0762322889, www.pratamafm.com

³³ Dari website resmi Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang, www.pratamafm.com/profile/

Format Radio Pratama 88,8 FM

Berikut adalah format dari Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang :

Gambar 4.1 :
Format Radio



Sumber : www.pratamafm.com/profile/

- a. Program
 - Layanan Masyarakat : 5%
 - Iklan Komersil : 20%
 - Pendidikan/Agama : 15%
 - Berita/Informasi : 20%
 - Hiburan : 40%
- b. Musik
 - Pop Indonesia : 60%
 - Etnik : 20%
 - Dangdut : 15%
 - Religi : 5%

Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang menempatkan diri mereka untuk fokus ke musik karena bagi mereka musik merupakan elemen penting dalam materi produksi siaran. Radio ini juga menyiapkan MD (Music Director) khusus untuk menginvestigasi animo musik di kalangan masyarakat yang sedang tren sesuai dengan struktur audiens.³⁴

³⁴ Dari website resmi Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang, www.pratamafm.com/profile/

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

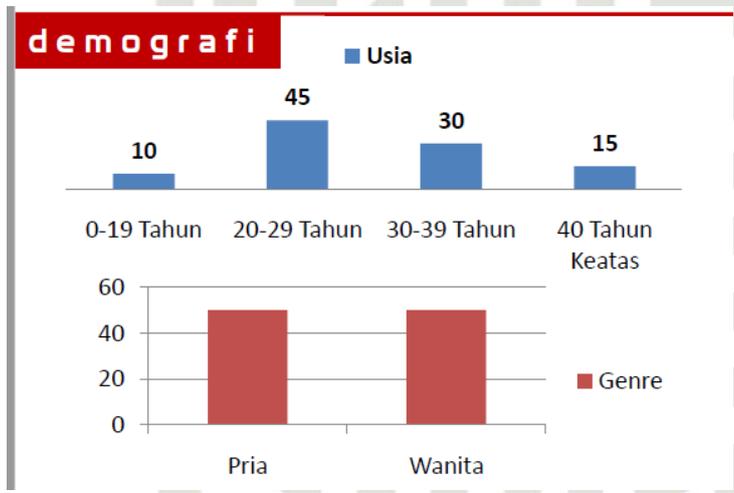
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Target Pendengar Radio Pratama 88,8 FM

Komposisi pendengar Pratama FM berusia 18 s/d 40 Tahun, merupakan Pekerja, PNS, Mahasiswa/I, dan Ibu Rumah Tangga dengan kekuatan sosial ekonomi menengah ke bawah (B, C, D E). Tersebar di hampir seluruh Kab.Kampar, Kota Pekanbaru, sebagian Kab.Rokan Hulu, Kuantan Singigi, dan Sumatra Barat dengan estimasi jumlah pendengar sebanyak 250.000.

Gambar 4.2 :
Demografi Radio Pratama

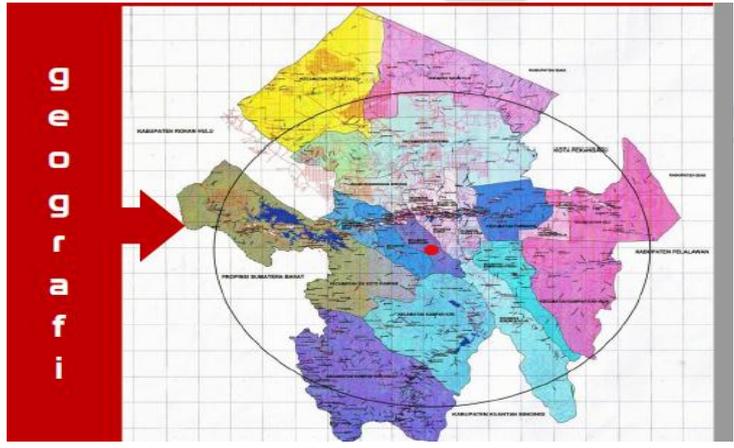
a Demografi



Sumber : www.pratamafm.com/profile/

Gambar 4.3 : Geografi Radio Pratama

b Geografi



Sumber : www.pratamafm.com/profile/

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Program Radio Pratama 88,8 FM

Seperti radio pada umumnya, Radio Pratama 88,8 FM tentu juga memiliki jadwal dan panduan program yang tertata dan terjadwal dari pukul 6 pagi hingga 12 malam tiap harinya. Berikut detail jadwal tersebut ³⁵:

Gambar 4.4 :Jadwal Radio Pratama

JAM	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
06.00 - 06.30	BULETIN PAGI KBR					Relitama	Hits List
06.30 - 07.00	WEKER WIMAR					Perspektif	
07.00 - 08.00	HALLO PRATAMA					Hits List	
08.00 - 09.00						Fokus Pada Keluarga	
09.00 - 10.00	VOA EXECUTIVE LOUNGE						
10.00 - 11.00	DAPUR DANGDUT PRATAMA					10 Dangdut Terpanas	PRATAMA TOP HITS
11.00 - 12.00							
12.00 - 13.00	TEMBANG KEJANGAN					Zona Request Weekend	
13.00 - 14.30						Double Track Weekend	
14.30 - 15.00	TERMINAL LOGU OCU					PENTAS UDARA	
15.00 - 17.00							
17.00 - 17.30	SENDA PRATAMA (Senandung Dakwah Pratama)						
17.30 - 18.00							
18.00 - 19.00	Mutiara Petang			TWITKUSTIK (RDI)		Mutiara Petang	
19.00 - 20.00	ZONA REQUEST PRATAMA					SADIZ (RDI)	INDIKALAKSI (Indie Lokal Beraksi)
20.00 - 21.00							
21.00 - 22.00	Terminal Dangdut Lama					PALAMINAN (Pantun & Lagu Minang)	
22.00 - 23.00						Diary Pratama	
23.00 - 24.00							

Sumber : www.pratamafm.com/profile/

F. Tarif Iklan Radio Pratama 88,8 FM

Gambar 4.5 : Iklan On-Air

a. Iklan On-Air

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

TARIF IKLAN

NO	JENIS IKLAN	WAKTU	
		PRIME TIME	REGULER TIME
1	Spot 60'	Rp. 180.000,-	Rp. 150.000,-
2	Adlips	Rp. 200.000,-	Rp. 170.000,-
3	Time Signal	Rp. 600.000,-	
4	Insert, Live Report, Quiz (5 Menit)	Rp. 450.000,-	
5	Sponsor 60 Menit	Rp. 2.750.000,-	
6	Blocking Time 60 Menit	Rp. 4.500.000,-	
7	Talk Show 60 Menit	Rp. 2.000.000,-	
8	Biaya Produksi	Rp. 750.000,-	

❖ Tarif berlaku mulai 01 January 2017.
 ❖ Audio Quality [kualitas suara] minimal 320 kbps
 ❖ Penayangan iklan akan dilakukan setelah adanya kelengkapan order iklan [PO/MO/SPK] yang telah di tandatangani beserta materi iklan.

Sumber : www.pratamafm.com/profile/

³⁵ Dari website resmi Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang, www.pratamafm.com/profile/

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.6 : Iklan Website

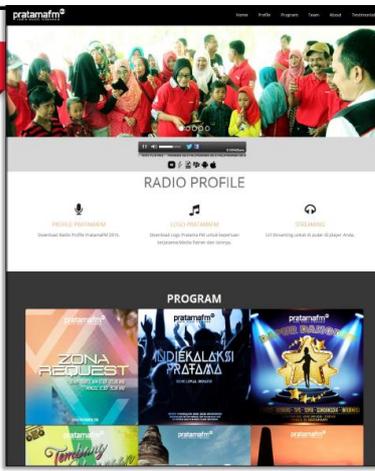
b. Iklan Website

IKLAN WEBSITE

www.pratamafm.com

Iklan gambar dalam format Jpeg atau Gif yang di link ke alamat website / facebook perusahaan Anda

BANNER	LINK	FORMAT	DURASI	HARGA (per bulan)
Large Banner Ad (A) (Atas)	Ya	Jpeg/Gif	Statis	Rp. 550.000
Banner Tengah (B) (Tengah)	Ya	Jpeg/Gif	Statis	Rp. 350.000



Sumber : www.pratamafm.com/profile/

Gambar 4.7 : Iklan Facebook

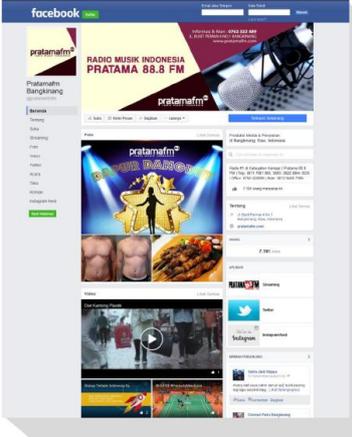
c. Iklan Facebook

IKLAN FACEBOOK

www.fb.pratamafm.com

Iklan Gambar di Timeline Facebook Fans Page Pratama888fm (lebih dari 7000 like) berikut Link alamat Website/FB Perusahaan Anda.

FORMAT	FREKWENSI	HARGA
Gambar dengan Teks	2 pos / hari Senin-Jumat Total 10 posting (paket 1 minggu)	Rp. 300.000 (Bonus di Twitter)
Gambar dengan Teks	2 pos / hari Senin-Jumat Total 40 posting (paket 1 bulan)	Rp. 1.000.000 (Bonus di Twitter)



Sumber : www.pratamafm.com/profile/

G. Sosial Media Radio Pratama 88,8 FM

Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang juga berusaha untuk mengaktifkan jalur komunikasi kepada pendengarnya melalui sosial media-

sosial media. Hal ini juga menjadi wahana interaksi dengan para pendengar selain melalui siaran langsung radio. Berikut adalah daftar media sosial yang digunakan Radio Pratama beserta username³⁶ :

Tabel 4.1 :
Daftar Media Sosial Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang

No	Media Sosial	Username / Alamat
1.	Facebook	Pratamafm Bangkinang / www.fb.pratamafm.com
2.	Twitter	@Pratama888FM / www.twitter/@Pratama888FM
3.	Intagram	@Pratamafm / www.instagram/@Pratamafm
4.	Streaming	www.dengerin.pratamafm.com
5.	Website	www.pratamafm.com
6.	Email	Pratama.888fm@yahoo.com

Sumber : www.pratamafm.com/profile/

H. Mitra Bisnis Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang

Berikut adalah mitra bisnis yang bekerja sama dengan Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang³⁷ :

Media Partner :

1. KBR Jakarta
2. Voice Of America
3. MNC Radio Network
4. Andrie Wongso
5. Mitra Radio
6. Focus On The Family
7. Sony Music Indonesia
8. Warner Music Indonesia
9. Universal Music Indonesia
10. Musica Studio's
11. Nagaswara
12. Alfa Records
13. Aquarius Musikindo
14. My Music
15. Trinity Optima Production
16. Waybe Music
17. Wanna-B
18. Ascada Music
19. Mahar Records

³⁶Dari website resmi Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang, www.pratamafm.com/profile/

³⁷Dari website resmi Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang, www.pratamafm.com/profile/

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Saif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

20. Royal Prima Musikindo
21. Seven Music
22. Le Moesiek
23. Catz Records
24. Platinum Records
25. E-motions Entertainment
26. Music Factory
27. AYO Records
28. Aprilio Kingdom

Iklan :

Tabel 4.2 :
Daftar Iklan di Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang

No.	Nama Iklan	No.	Nama Iklan
1.	Masako	20.	STIKES Bangkinang
2.	Poldanmig	21.	Liverpool International School
3.	Sanaflu	22.	PPA Darul Quran
4.	Kopi ABC	23.	Gita Wirjawan
5.	BRI Syariah	24.	Pemkab Kampar
6.	BPJS	25.	Politeknik Kampar
7.	Gudang Garam	26.	Dinas Pariwisata Kab.Kampar
8.	Sarimi	27.	Dinas Pendidikan &Kebudayaan
9.	Yamaha	28.	RSUD Bangkinang
10.	Pos Indonesia	29.	PDIP
11.	Adira Finance	30.	BKKBN
12.	Class Mild	31.	IDI Kab. Kampar
13.	Kartu Keluarga Sejahtera	32.	KNPI Kampar
14.	BNI 46	33.	KPU Kab. Kampar
15.	Chevron	34.	Supermi
16.	Ramayana	35.	Susu Cap Enak
17.	KPID Riau	36.	So Nice
18.	Dispenda Riau	37.	BKKBN Kab. Kampar
19.	STKIP Bangkinang	38.	Bank Sarimadu

Sumber : www.pratamafm.com/profile/



BAB VI PENUTUP

Kesimpulan

Pada bab ini penulis akan menyajikan kesimpulan dari hasil analisis data yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, tentang pengaruh kepuasan pendengar radio terhadap loyalitas pendengar radio Pratama 88,8 FM Bangkinang.

Kepuasan pendengar suatu radio swasta daerah telah memberikan pengaruh terhadap bagaimana tingkat loyalitas pendengar tersebut untuk tetap mendengarkan radio di frekuensi tertentu. Artinya, puas atau tidaknya para pendengar radio bisa mempengaruhi keloalaitasan mereka untuk tetap mendengarkan radio tersebut atau tidak.

Kesimpulan ini berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada para pendengar radio Pratama 88,8 FM Bangkinang sebagai berikut:

1. Pada variabel kepuasan pendengar radio, pengaruhnya bisa dinilai tinggi, hal ini berdasarkan hasil uji analisis deskriptif yang dilakukan pada setiap indikator kepuasan pendengar. Pada variabel ini memiliki 11 Indikator yaitu Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, empati, bukti fisik, komunikasi, kredibilitas, keamanan, memahami konsumen, dan kesopanan.
2. Pada variabel loyalitas pendengar, ada 3 indikator yaitu intent to repurchase , primary behavior dan second behavior
3. Pada penelitian ini memakai 2 teori yaitu teori stimulus dan teori kepuasan. Pada uji regresi terdapat t hitungnya lebih besar dari t tabel sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh kepuasan pendengar radio terhadap loyalitas pendengar radio Pratama 88,8 FM Bangkinang. Nilai koefisien regresi pada variabel kepuasan pendengar (X) adalah sebesar 0,557, yang berarti jika variabel kepuasan pendengar radio (X) mengalami kenaikan sebesar 1 maka variabel loyalitas pendengar radio (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,557. Sedangkan arah hubungannya adalah positif, yang berarti semakin baik kepuasan pendengar radio (X) maka semakin berpengaruh dalam mempengaruhi loyalitas pendengar radio (Y).

Hak Cipta dilindungi undang-undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



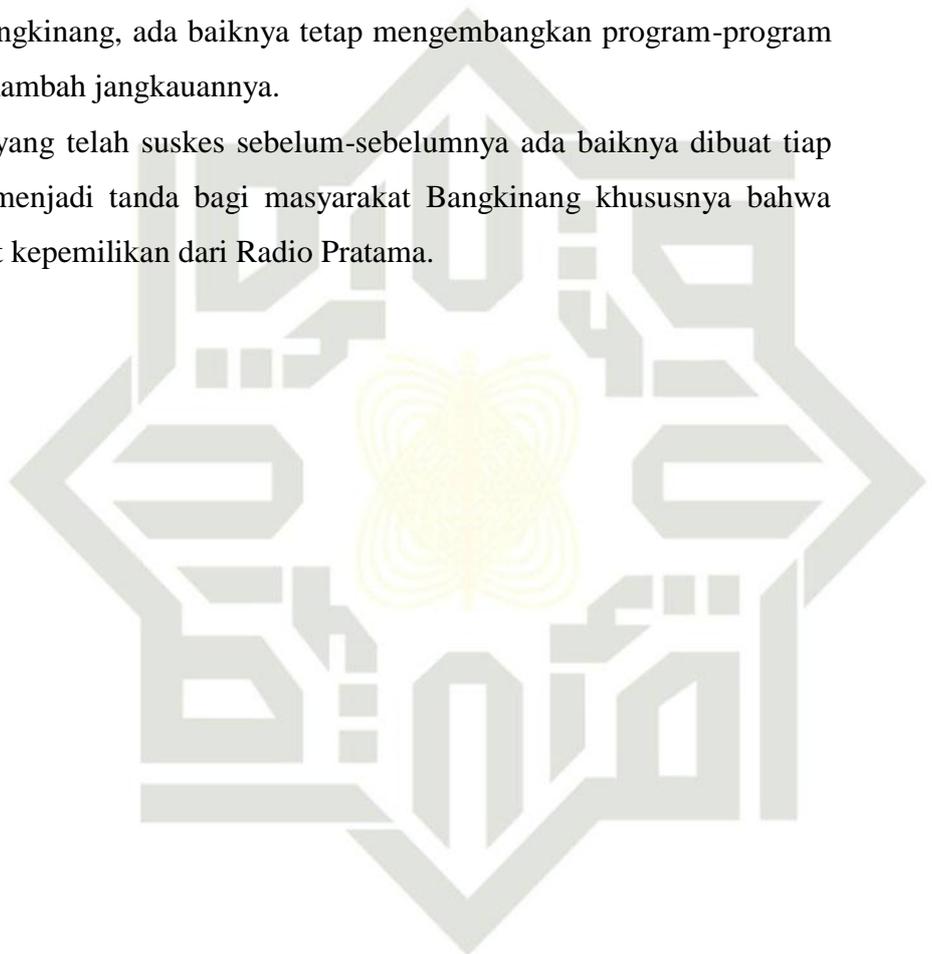
Saran

Dari hasil penelitian dan analisa data peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan hasil yang lebih variatif, sebaiknya penelitian selanjutnya menggunakan teori dan konsep yang berbeda.
2. Jangkauan untuk Radio Pratama meskipun sudah merupakan radio swasta pilihan di Bangkinang, ada baiknya tetap mengembangkan program-program baru dan menambah jangkauannya.
3. Event-event yang telah sukses sebelum-sebelumnya ada baiknya dibuat tiap tahun, agar menjadi tanda bagi masyarakat Bangkinang khususnya bahwa acara tersebut kepemilikan dari Radio Pratama.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Devito, Joseph. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang : Karismam Publishing.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Husein, Umar. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler Phillip. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (edisi ke 12)*. Jakarta : PT. Indeks.
- Kriyantono, Rakhmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Nurudin. 2016. *Ilmu Komunikasi : Ilmiah dan Populer*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2014. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisisi Statistik*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rhenald, Kasali. 1998. *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santosa, Budi Purbayu, dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Siregar, Syofian. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif SPSS*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Sugianto, 2003. *Teknik Sampling*. Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Syamsul, Asep. 2009. *Jurnalistik Praktis*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Yasir. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru : Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

Sumber Lain :

- Alfazzani, Iretta. 2011. *Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Sheba FM*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Diakses pada 22 Desember 2017, 19.55 WIB <https://www.google.com/url?q=http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/350/1>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- Armayanti, Kadek Silvia, dkk. Universitas Udayana. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 6, 2015 : 1483-1503. *Efek Mediasi Kepuasan Pendengar Dalam Hubungan Kualitas Layanan Dengan Loyalitas Pendengar Radio Cassanova Bali*. Diakses pada 4 April 2018, 13.44 WIB. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/11750/9552%26ved%3D2ahUKEwjT3vqOiKDaAhVKQ48KHd5zCn0QFjAAegQIBhAB%26usg%3DAOvVaw15xjTBjHpmXgENQg2eWDFn&source=gmail&ust=1522913430495000&usg=AFQjCNEivUclexOwyPS3tJH0OLuqVO-QWA>
- Ahmad, Mohamad. STIESIA Surabaya. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 2 No. 12 (2013). *Pengaruh Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Honda Terhadap Citra Perusahaan Pt Ahm*. Diakses pada 4 April 2018, 13.30 WIB. <https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/download/416/405%26ved%3D0ahUKEwjnuOS9h6DaAhVFuY8KHVVmBsEQFggyMAY%26usg%3DAOvVaw2qEED33j4xMxvi7ZyvW032&source=gmail&ust=1522913430495000&usg=AFQjCNHX5NBQeVWk2vpv31miDP2fo7nWmw>
- Liung, Hon, Tantri Yanuar Rahmat. Universitas Esa Unggul Jakarta. Jurnal Ekonomi Volume 8 Nomor 2, Mei 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas Di Moderasi Harga*. Diakses pada 4 April 2018, pukul 14.05 WIB. http://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/Eko/article/view/1736%26ved%3D0ahUKEwiPvJuciaDaAhXFq48KHQiqCfUQFgghMAA%26usg%3DAOvVaw2eu4tGOnx9MjdJPqa84PUf&source=gmail&ust=1522913430496000&usg=AFQjCNHPNEfSzxPTsc_dRm52k70BBW0w3A
- Mustan, Hasma Laely. 2012. *Analisis Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Starbucks Coffee di Makassar*. Universitas Hasanuddin Makassar. Diakses pada 22 Desember 2017, 19.40 WIB. <https://www.google.com.url?q=http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/1669/>
- Sholihah, Dewi Deniaty. Universitas Jember (UNEJ). Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 10, No. 3 September 2016 Hal. 252 – 264. *Pengaruh Persepsi Kualitas Siaran Dan Format Siaran Serta Kualitas Penyiar Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pendengar Pada Radio Kiss Fm Jember*. Diakses 4 April 2018, pukul 14.00 WIB. https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA/article/download/6196/4590/%26ved%3D2ahUKEwiQhO_JiKDaAhUKs48KHfWbBXgQFjADegQIAxAB%26usg%3DAOvVaw1fvosoI_x5Bobihw28qVc6&source=gmail&ust=1522913430495000&usg=AFQjCNEKENVVYsxuO1M_yplzVtMMInzpQ

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH KEPUASAN PENDENGAR TERHADAP LOYALITAS PENDENGAR RADIO PRATAMA 88 FM BANGKINANG

Terima kasih atas partisipasi Anda menjadi salah satu responden untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini merupakan instrumen penelitian yang dilakukan oleh:

Nama : Akral Wiguna
NIM : 11343106024
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Petunjuk pengisian kuesioner:

1. Silahkan isi identitas terlebih dahulu.
2. Pahami setiap pernyataan yang ada sebelum menjawab.
3. Beri tanda X atau \surd dan pada kolom yang menjadi pilihan anda. Adapun nilai untuk setiap pertanyaan yaitu:

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Kurang Setuju (KS) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Atas kejujuran anda dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih..

Identitas Responden (Wajib diisi)

1. Jeniskelamin :

a. Laki-laki

b. Perempuan

2. Umur

a. 15-20 tahun

c. 31-40 tahun

b. 21-30 tahun

d. > 40 tahun

3. Pekerjaan

a. PNS

d. Pegawai Swasta

g. Ibu Rumah Tangga

b. TNI/Polri

e. Wiraswasta

h. Lainnya

c. Mahasiswa

f. Medis

4. Penghasilan

- a. Rp. 500.000-1.000.000 b. Rp.1.000.000-2.000.000 c. Rp.2.000.000-3.000.000
d. >Rp.3.000.000

No	Pernyataan Variabel X (Kepuasan Pendengar)	STS	TS	KS	S	SS
Reliabilitas						
1.	Radio Pratama sesuai dan cocok untuk segala usia					
2.	Informasi-informasi dari Radio Pratama menambah wawasan saya					
3.	Program-program Radio Pratama sangat kreatif dan berbeda dari radio lainnya di Bangkinang					
Daya Tanggap						
4.	Radio Pratama cepat dalam menangani kebutuhan pendengar baik lewat media sosial ataupun telpon					
5.	Penyiar Radio Pratama cepat dan tanggap dalam menghadapi keluhan pendengar					
Jaminan						
6.	Penyiar Radio Pratama memiliki aura yang bersahabat ketika menyapa pendengar di program-programnya					
7.	Penyiar Radio Pratama masing-masing memiliki wawasan dan pengetahuan yang luas untuk disampaikan ke pendengar					
8.	Penyiar-penyiar Radio Pratama juga memiliki ciri khas tersendiri sehingga pendengar merasa mengenali siapa yang sedang siaran					
Empati						
9.	Dalam program-programnya, Radio Pratama selalu membuat kuis-kuis menarik untuk pendengar					
10.	Lagu-lagu yang diputar dan disuguhkan Radio Pratama termasuk <i>up to date</i> dan kekinian					
11.	Radio Pratama meskipun radio daerah, namun tetap berusaha menampilkan wawancara dengan artis lokal maupun artis ibukota					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Bukti Fisik						
12	Saya mengetahui gelombang frekuensi Radio Pratama dan jangkauannya					
13	Saya mengetahui saluran telepon dan media sosial Radio Pratama					
Komunikasi						
14	Penyiar Radio Pratama selalu berusaha menyampaikan informasi dengan sangat baik kepada pendengarnya					
15	Radio Pratama saat melakukan telpon interaktif beberapa kali sudah mengenal penelpon secara personal					
Kredibilitas						
16	Penyiar dalam menyampaikan informasi terlihat tidak hanya membaca teks, tetapi juga memahami apa yang dia suguhkan					
17	Apapun info yang diberikan oleh Radio Pratama saya rasa memercayainya					
Keamanan						
18	Saya merasa segalahal-hal yang berkiatan dengani nformasi pribadi penelpon sudah dijaga dengan baik					
KemampuanMeahamiKonsumen						
19	Setiap responden balasan yang diberikan oleh pendengar Radio Pratama langsung dimengerti penyiar Radio Pratama					
Akses						
20	Segala proses di Radio Pratama baik tata cara menelepon, proses Request lagu di program tertentu, proses tentang informasi perubahan jadwal maupun pengenalan jadwal baru, sudah sangat baik dan tertata rapi					
Kesopanan						
21	Penyiar Radio Pratama dalam berucap, kandungan isi siaran, maupun cadangan-cadangannya, menurut saya masih dalam batas wajar					
22	Penyiar Radio Pratama sangat sopan dan menggunakan bahasa saat penyiaran					
N	PernyataanVariabel Y (Loyalitas Pendengar)	STS	TS	KS	S	SS
Intent to Repurchase(Niat Mendengar/Membeli Kembali)						

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

23.	Saya mendengarkan Radio Pratama secara terus menerus dan berulang-ulang (kontinuitas)					
24.	Setiap ada kesempatan mendengarkan radio baik di mobil atau di handphone, saya memilih mendengarkan Radio Pratama					
Primary Behaviour (Perilaku Utama):						
Recency (Hal yang Terbaru)						
25.	Saya mendengarkan Radio Pratama menggunakan jasa lain yang disediakan (internet/streaming/handphone)					
Frekuensi						
26.	Saya sering mendengar kan Radio Pratama					
27.	Saya jarang mendengarkan Radio Pratama					
28.	Saya sesekali mendengarkan Radio Pratama					
Amount (Jumlah Keaktifan)						
29.	Saya pernah melakukan telepon interaktif dengan Radio Pratama					
30.	Saya pernah <i>mention</i> atau <i>tag</i> media sosial Radio Pratama (Twitter dan Instagram)					
Retention (Ketahanan)						
31.	Sekali mendengarkan Radio Pratama, saya jarang ganti ke frekuensi radio lain					
32.	Saya selalu mengutamakan mendengar Radio Pratama terlebih dahulu dibanding radio lain					
Longevity (Umur Panjang)						
33.	Walaupun tidak ada siaran radio yang sedang bagus menurut saya, saya memilih Radio Pratama sebagai radio yang tetap saya putar					
Secondary Behaviour (Perilaku Tambahan)						
34.	Saya merekomendasikan teman saya untuk mendengarkan Radio Pratama					
35.	Saya mengajak keluarga, teman, kerabat, dan orang lain untuk tetap mendengarkan Radio Pratama					
36.	Saya memberikan informasi keunggulan-keunggulan Radio Pratama dibandingkan radio lain kepada orang lain					

Lampiran 2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Statistical Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Identitas Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	51	51,0%
Perempuan	49	49,0%
Total	100	100%

Identitas Umur Responden

Rentang Umur	Jumlah	Persentase
15-20 tahun	24	24,0%
21-30 tahun	36	36,0%
31-40 tahun	28	28,0%
>40 tahun	12	12,0%
Total	100	100%

Identitas Pekerjaan Responden

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	13	13,0%
TNI/Polri	2	2,0%
Mahasiswa	30	30,0%
Pegawai Swasta	18	18,0%
Wiraswasta	8	8,0%
Medis	0	0,0%
Ibu Rumah Tangga	10	10,0%
Lainnya	19	19,0%
Total	100	100%

Identitas Penghasilan Responden

Rentang Penghasilan	Jumlah	Persentase
500 ribu - 1 juta	8	8,0%
1 - 2 juta	10	10,0%
2 - 3 juta	15	15,0%
3 - 4 juta	19	19,0%
Belum ada	48	48,0%
Total	100	100%

Lampiran 4

Lampiran Data Hasil Kuisiner

Sampel	Kepuasan Pendengar (X)																					
	P 1	P 2	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19	P 20	P 21	P 22	
1	4	3	5	5	4	5	5	3	5	5	3	3	5	5	4	4	4	5	3	5	4	
2	5	4	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	
3	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
5	5	4	2	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	5	
6	5	4	5	4	4	4	3	2	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	
7	3	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	
8	5	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	
9	5	4	4	4	3	4	5	2	3	2	5	4	3	4	5	3	2	3	5	2	5	
10	5	4	5	4	4	3	5	3	4	2	5	4	4	5	4	4	4	3	4	2	4	
11	5	4	4	4	4	4	5	2	4	2	5	4	5	4	4	3	4	3	2	5	4	
12	5	4	5	4	5	4	4	4	5	3	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	
13	5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	4	
14	4	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	
16	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	4	4	
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
18	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	4	4	
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
20	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	
21	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	3	3	
22	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	
23	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	
24	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	

25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

hak cipta milik UIN Suska Riau
 pta Dilindungi Undang-undang
 arang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau tanpa mengutip sebagian atau seluruhnya harus menyebutkan sumber, penulisan kritik atau tinjauan s
 angutihan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 angutihan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 arang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya sebagai hak cipta yang dilindungi undang-undang.

54	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4
56	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	
57	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
58	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	
59	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	
60	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	
61	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
62	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
63	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
64	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
65	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
66	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	
67	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
68	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	
69	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	
70	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	
71	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	
72	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	
73	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	
74	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
75	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	
76	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	
77	3	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3	5	
78	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	
79	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	
80	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
81	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	5	3	5	5	4	4	5	5	4	
82	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	5	5	4	4	3	

hak cipta milik JIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif
 arang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa mengantumkan dan menyebutkan sumber, penulisan kritik atau tinjauan s
 arang mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kriti
 arang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



83	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5		
84	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4		
85	5	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4		
86	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4		
87	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4		
88	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4		
89	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4		
90	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4		
91	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4		
92	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4		
93	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4		
94	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5		
95	4	3	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4		
96	4	5	4	3	4	4	3	5	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4		
97	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4		
98	5	4	4	4	3	2	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5		
99	3	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5		
100	5	4	4	4	4	3	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5		
Rata-Rata	4.3	4.3	4.1	4.2	4.1	4.1	4.2	4.2	3.9	4.3	4.1	4.0	4.0	4.2	4.3	4.2	4.2	4.2	4.1	4.2	4.3	4.3

Sampel	Loyalitas Pendengar (Y)													
	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36
1	5	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	2	3
4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	2	2	2
5	5	4	4	4	5	5	4	2	3	3	4	2	2	2
6	3	3	3	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4
7	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	5	4	4	3
8	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	5	3	4	4
9	2	4	2	2	2	4	2	3	2	5	2	2	4	5
10	3	3	2	2	3	5	4	5	3	3	3	5	5	5
11	2	3	5	2	2	2	5	5	3	2	2	4	4	4
12	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	5
13	3	3	2	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	4
14	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
15	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	3	3	3	5	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4
17	2	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3
18	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5
19	4	4	3	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4
20	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
21	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4
22	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3
23	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
24	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
25	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
27	3	1	3	2	3	1	4	5	3	3	3	5	5	5

hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif
 ar-Raniry
 Peta Dilindungi Undang-Undang
 arang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 arang mengumumkan dan mempernyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

28	2	3	5	2	2	5	5	3	2	2	4	4	4
29	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	5
30	3	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4
31	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
32	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	3	3	5	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4
34	2	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3
35	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5
36	4	3	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4
37	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
38	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4
39	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3
40	4	3	2	4	4	2	2	4	4	3	3	3	3
41	4	3	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3
42	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
43	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4
44	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
47	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4
48	4	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
49	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
50	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3
51	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
52	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3
53	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4
54	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
55	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4

ak cipta milik JIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif
 pta Dilindungi Undang-Undang
 arang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 arang mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 arang mengutip tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 arang mengemukakan dan mempertahankan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

57	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
58	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
60	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3
61	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
62	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
63	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
65	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
67	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
69	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	5	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3
71	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
72	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
77	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4
78	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4
79	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4
80	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	5
82	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4
83	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3
84	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3

State Islamic University of Sultan Syarif

ak cipta milik JIN Suska Riau

ipita Dilindungi Undang-Undang

arang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 arang mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 arang mengutip tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 arang mengemukakan dan mempertahankan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

86	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
87	3	4	3	3	4	3	3	3	5	3	3	3	5
88	4	3	2	4	4	2	2	4	4	3	5	3	5
89	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
90	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
92	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
93	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
95	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	2	2	4
96	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	2	2	2
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
98	3	3	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4
99	3	3	3	3	4	3	3	3	3	5	4	4	3
100	4	3	4	4	4	2	3	4	4	5	3	4	4
Rata-rata	3.9	3.6	3.8	3.9	3.9	3.5	3.4	3.7	3.7	3.7	3.5	3.5	3.6

Contoh 5

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hasil Output SPSS
Frekuensi Variabel X**

X1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.0	6	6.0	6.0	6.0
4.0	62	62.0	62.0	68.0
5.0	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 4.0	75	75.0	75.0	75.0
5.0	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	3	3.0	3.0	3.0
3.0	6	6.0	6.0	9.0
4.0	67	67.0	67.0	76.0
5.0	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	1	1.0	1.0	1.0
3.0	5	5.0	5.0	6.0
4.0	63	63.0	63.0	69.0
5.0	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	1	1.0	1.0	1.0
3.0	14	14.0	14.0	15.0
4.0	61	61.0	61.0	76.0
5.0	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.0	15	15.0	15.0	15.0
4.0	62	62.0	62.0	77.0
5.0	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.0	7	7.0	7.0	7.0
4.0	71	71.0	71.0	78.0
5.0	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.0	12	12.0	12.0	12.0
4.0	59	59.0	59.0	71.0
5.0	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	5	5.0	5.0	5.0
3.0	18	18.0	18.0	23.0
4.0	60	60.0	60.0	83.0
5.0	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.0	12	12.0	12.0	12.0
4.0	51	51.0	51.0	63.0
5.0	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	3	3.0	3.0	3.0
3.0	14	14.0	14.0	17.0
4.0	58	58.0	58.0	75.0
5.0	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	2	2.0	2.0	2.0
3.0	17	17.0	17.0	19.0
4.0	58	58.0	58.0	77.0
5.0	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.0	21	21.0	21.0	21.0
4.0	62	62.0	62.0	83.0
5.0	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.0	8	8.0	8.0	8.0
4.0	64	64.0	64.0	72.0
5.0	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.0	5	5.0	5.0	5.0
4.0	60	60.0	60.0	65.0
5.0	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.0	14	14.0	14.0	14.0
4.0	57	57.0	57.0	71.0
5.0	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.0	6	6.0	6.0	6.0
4.0	64	64.0	64.0	70.0
5.0	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	1	1.0	1.0	1.0
3.0	4	4.0	4.0	5.0
4.0	74	74.0	74.0	79.0
5.0	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.0	14	14.0	14.0	14.0
4.0	61	61.0	61.0	75.0
5.0	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X20

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	1	1.0	1.0	1.0
3.0	12	12.0	12.0	13.0
4.0	52	52.0	52.0	65.0
5.0	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	2	2.0	2.0	2.0
3.0	1	1.0	1.0	3.0
4.0	65	65.0	65.0	68.0
5.0	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X22

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.0	1	1.0	1.0	1.0
4.0	67	67.0	67.0	68.0
5.0	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi Variabel Y

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	5	5.0	5.0	5.0
3.0	24	24.0	24.0	29.0
4.0	47	47.0	47.0	76.0
5.0	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.0	2	2.0	2.0	2.0
2.0	5	5.0	5.0	7.0
3.0	14	14.0	14.0	21.0
4.0	61	61.0	61.0	82.0
5.0	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	1	1.0	1.0	1.0
3.0	45	45.0	45.0	46.0
4.0	45	45.0	45.0	91.0
5.0	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	13	13.0	13.0	13.0
3.0	18	18.0	18.0	31.0
4.0	45	45.0	45.0	76.0
5.0	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	5	5.0	5.0	5.0
3.0	25	25.0	25.0	30.0
4.0	47	47.0	47.0	77.0
5.0	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.0	1	1.0	1.0	1.0
2.0	5	5.0	5.0	6.0
3.0	15	15.0	15.0	21.0
4.0	61	61.0	61.0	82.0
5.0	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.0	3	3.0	3.0	3.0
2.0	11	11.0	11.0	14.0
3.0	27	27.0	27.0	41.0
4.0	55	55.0	55.0	96.0
5.0	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.0	3	3.0	3.0	3.0
2.0	11	11.0	11.0	14.0
3.0	34	34.0	34.0	48.0
4.0	44	44.0	44.0	92.0
5.0	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	1	1.0	1.0	1.0
3.0	30	30.0	30.0	31.0
4.0	67	67.0	67.0	98.0
5.0	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	2	2.0	2.0	2.0
3.0	30	30.0	30.0	32.0
4.0	63	63.0	63.0	95.0
5.0	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	3	3.0	3.0	3.0
3.0	29	29.0	29.0	32.0
4.0	62	62.0	62.0	94.0
5.0	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.0	6	6.0	6.0	6.0
3.0	43	43.0	43.0	49.0
4.0	45	45.0	45.0	94.0
5.0	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.0	5	5.0	5.0	5.0
3.0	47	47.0	47.0	52.0
4.0	44	44.0	44.0	96.0
5.0	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.0	3	3.0	3.0	3.0
3.0	42	42.0	42.0	45.0
4.0	43	43.0	43.0	88.0
5.0	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Uji Validitas Variabel X

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1	4.260	.5617	100
X2	4.250	.4352	100
X3	4.120	.6401	100
X4	4.240	.5881	100
X5	4.080	.6464	100
X6	4.080	.6143	100
X7	4.150	.5198	100
X8	4.170	.6204	100
X9	3.890	.7371	100
X10	4.250	.6571	100
X11	4.050	.7160	100
X12	4.020	.6960	100
X13	3.960	.6182	100
X14	4.200	.5685	100
X15	4.300	.5596	100
X16	4.150	.6416	100
X17	4.240	.5527	100
X18	4.150	.5198	100
X19	4.110	.6178	100
X20	4.210	.6860	100
X21	4.270	.5835	100
X22	4.310	.4861	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	87.200	46.303	.441	.873
X2	87.210	45.905	.660	.869
X3	87.340	46.105	.400	.874
X4	87.220	45.891	.471	.872
X5	87.380	45.551	.461	.873
X6	87.380	44.844	.579	.869
X7	87.310	46.357	.475	.872
X8	87.290	46.248	.398	.874
X9	87.570	45.904	.354	.877
X10	87.210	45.400	.469	.872
X11	87.410	46.608	.393	.879
X12	87.440	44.875	.496	.871
X13	87.500	46.737	.339	.876
X14	87.260	46.033	.471	.872
X15	87.160	45.328	.577	.869
X16	87.310	44.762	.561	.869
X17	87.220	46.214	.462	.872
X18	87.310	46.095	.513	.871
X19	87.350	44.109	.670	.866
X20	87.250	45.765	.404	.875
X21	87.190	45.974	.464	.872
X22	87.150	46.876	.432	.873

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji Validitas Variabel Y

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	3.900	.8227	100
Y2	3.880	.8322	100
Y3	3.620	.6633	100
Y4	3.800	.9535	100
Y5	3.880	.8200	100
Y6	3.900	.7850	100
Y7	3.460	.8578	100
Y8	3.430	.9018	100
Y9	3.700	.5222	100
Y10	3.710	.5911	100
Y11	3.710	.6243	100
Y12	3.510	.7035	100
Y13	3.470	.6584	100
Y14	3.640	.7320	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	47.710	29.844	.735	.816
Y2	47.730	31.128	.572	.828
Y3	47.990	32.798	.512	.833
Y4	47.810	29.549	.644	.822
Y5	47.730	29.734	.752	.815
Y6	47.710	30.996	.631	.824
Y7	48.150	32.068	.445	.837
Y8	48.180	33.260	.294	.848
Y9	47.910	33.456	.563	.832
Y10	47.900	33.707	.448	.836
Y11	47.900	34.535	.300	.844
Y12	48.100	34.172	.299	.844
Y13	48.140	33.960	.357	.841
Y14	47.970	34.373	.259	.847

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Reliabilitas Variabel X

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
91.460	49.988	7.0702	22

Reliabilitas Variabel Y

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
51.610	37.129	6.0934	14

Uji Regresi Linear Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.646 ^a	.418	.412	4.673

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pendengar

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.659	6.093		.108	.914
1 Kepuasan Pendengar	.557	.066	.646	8.387	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pendengar

DOKUMENTASI



Proses pengisian kuesioner/angket sekaligus menjelaskan ke salah satu pendengar berusia diatas 40 tahun Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Proses pengisian kuesioner/angket sekaligus menjelaskan ke salah satu pendengar berprofesi ibu rumah tangga Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Proses pengisian kuesioner/angket sekaligus menjelaskan ke salah satu pendengar mahasiswa Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang



Proses pengisian kuesioner/angket sekaligus menjelaskan ke salah satu pendengar remaja Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/6204/2018 Pekanbaru, 29 Shafar 1440 H
Sifat : Biasa 07 November 2018 M
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : **Mengadakan Penelitian**

Kepada Yth.

Gubernur Riau

Up. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau
Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa mahasiswa kami :

Nama : **Akral Wiguna**
N I M : 11343106024
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi

Mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul :

" Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang "

Adapun sumber data penelitian adalah :

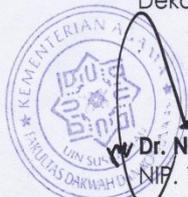
" Radio Pratama 88,8 FM Bangkinang "

Untuk maksud tersebut kami mohon berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah yang kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam

a.n. Rektor,
Dekan,



Dr. Nurdin, MA

NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Rektor UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
Email : dpmpstp@riau.go.id

Kode Pos : 28126

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/15568
TENTANG



182010

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/6204/2018 Tanggal 7 November 2018**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | |
|----------------------|--|
| 1. Nama | : AKRAL WIGUNA |
| 2. NIM / KTP | : 11343106024 |
| 3. Program Studi | : ILMU KOMUNIKASI |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : PENGARUH KEPUASAN PENDENGAR TERHADAP LOYALITAS
PENDENGAR RADIO PRATAMA 88,8 FM BANGKINANG |
| 7. Lokasi Penelitian | : RADIO PRATAMA 88,8 FM BANGKINANG |

Dengan Ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan ini.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dibuat.

Demikian Rekomendasi ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini dan terima kasih.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 14 November 2018



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI RIAU

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kampar
Up. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik di Bangkinang
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
- ④ Yang Bersangkutan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH KABUPATEN KAMPAR
KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

JALAN TUANKU TAMBUSAI TELP. (0762) 20146

Kode Pos : 28412

BANGKINANGKOTA

REKOMENDASI

Nomor : 070/KKBP/2018/961

Tentang

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRARISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kampar setelah membaca Surat Kepala Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN RISET/15568 tanggal 14 November 2018, dengan ini memberi Rekomendasi / Izin Penelitian kepada :

- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : AKRAL WIGUNA |
| 2. NIM | : 11343106024 |
| 3. Universitas | : UIN SUSKA RIAU |
| 4. Program Studi | : ILMU KOMUNIKASI |
| 5. Jenjang | : S1 |
| 6. Alamat | : PEKANBARU |
| 7. Judul Penelitian | : PENGARUH KEPUASAN PENDENGAR TERHADAP LOYALITAS
 PENDENGAR RADIO PRATAMA 88.8 FM BANGKINANG |
| 8. Lokasi Penelitian | : RADIO PRATAMA 88.8 FM BANGKINANG |

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan Penelitian yang menyimpang dari ketentuan dalam proposal yang telah ditetapkan atau yang tidak ada hubungannya dengan kegiatan riset/prariset dan pengumpulan data ini.
2. Pelaksanaan kegiatan penelitian/pengumpulan data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dikeluarkan.

Demikian rekomendasi ini diberikan, agar digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Riset ini dan terima kasih.

Dikeluarkan di Bangkinang
 pada tanggal 04 Desember 2018

a.n. **KEPALA KANTOR KESBANGPOL**

Kasi Kesatuan Bangsa



Rekomendasi ini disampaikan Kepada Yth;

1. Direktur Radio Pratama 88.8 FM Bangkinang Kab. Kampar di Bangkinang.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru.
3. Yang Bersangkutan.



Hak Cipta D



BIOGRAFI PENULIS

AKRAL WIGUNA, anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan bahagia ayahanda Syamsurizal S.Pd dan bunda Missuyanti. Peneliti lahir di Merangin, tanggal 8 Juni 1995. Pada tahun 2004 peneliti menyelesaikan Sekolah Dasar di SDN 010 di Pulau Terap.

Setelah menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar, penulis melanjutkan pendidikan ke Madrasah Tsanawiyah dan selesai tahun 2007, kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Atas 2 Bangkinang kecamatan Kampar dan selesai pada tahun 2010.

Pada bulan April 2018 penulis melaksanakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepuasan Pendengar Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Pratama 88.8 FM ” di bawah bimbingan Bapak Dr. Nurdin MA dan Bapak Drs H. Suhaimi M.Ag, Alhamdulillah pada tanggal 19 Agustus 2019, berdasarkan hasil ujian sarjana Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, penulis dinyatakan “**LULUS**” dengan predikat ”memuaskan” dan berhak mendapat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.KOM).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.