

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pendengar program weekend 103.1 Gen FM Surabaya di Surabaya.
- 2) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pendengar program weekend 103.1 Gen FM Surabaya di Surabaya.
- 3) Kepuasan pendengar berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pendengar program weekend 103.1 Gen FM Surabaya di Surabaya.
- 4) Kualitas layanan, citra merek dan Kepuasan pendengar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pendengar program weekend Gen FM Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

- 1) Responden tidak mengisi kuisioner dengan tenang dikarenakan banyaknya pendengar yang keluar masuk.
- 2) Peneliti mengalami hambatan dikarenakan waktu datangnya responden ke DBL Arena harus sesuai dengan jadwal pertandingan dari masing masing sekolah responden.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan saat ini, peneliti memberikan saran yang mungkin perlu dipertimbangkan oleh perusahaan maupun peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian saat ini agar penelitian ini memiliki manfaat yang positif. Adapun saran yang di berikan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Program Weekend 103.1 Gen FM Surabaya.

Pada variabel kualitas layanan yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pendengar menunjukkan bahwa Program weekend 103.1 Gen FM Surabaya menunjukkan bahwa kualitas layanan sudah sesuai dengan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pendengar. Hal ini diperkuat dari pernyataan pada kualitas layanan yang memiliki nilai tertinggi yang menyatakan “saya merasa terganggu dengan sikap penyiar program weekend di radio 103.1 Gen FM yang kurang ramah saat berinteraksi dengan pendengar” yang artinya “ saya tidak terganggu dengan sikap penyiar program weekend di radio 103.1 Gen FM”.

Pada variabel citra merek yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pendengar menunjukkan bahwa Program weekend 103.1 Gen FM Surabaya sangat kuat di benak pendengar. sehingga kualitas layanan terhadap program weekend 103.1 Gen FM Surabaya sudah dibangun sejak lama. Hal ini diperkuat dari pernyataan pada variabel citra merek yang memiliki nilai tertinggi yang menyatakan “saat saya mendengar programnya, saya bisa mengetahui bahwa kualitas program weekend di

Radio Gen FM baik”. Tetapi dengan banyaknya inovasi yang dilakukan pesaing mengharuskan perusahaan selalu melakukan inovasi pada program weekend 103.1 Gen FM Surabaya.

Pada variabel kepuasan pendengar yang berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas pendengar menunjukkan bahwa Gen FM Surabaya sebagai radio anak muda bahkan nomer 1 di segmennya tidak mempengaruhi kepuasan pendengar secara signifikan. Pernyataan pada variabel kepuasan pendengar yang memiliki nilai terendah yang menyatakan “responden percaya bahwa mendengarkan program weekend 103.1 Gen FM Surabaya adalah keputusan yang bijaksana” tidak sesuai dengan harapan pendengar dan menunjukkan bahwa program weekend 103.1 Gen FM Surabaya dirasa kurang membuat pendengar merasa puas sesuai dengan harapannya. Sehingga disarankan pada perusahaan untuk lebih lagi membuat pendengar untuk merasa puas mendengarkan program weekend 103.1 Gen FM Surabaya, misalnya lagu yang diputar selalu di perbarui tidak ketinggalan dari pada lagu yang diputar diradio lain, topik yang disajikan lebih menghibur, penyiar lebih interaktif lagi dengan pendengar.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik, sebaiknya peneliti selanjutnya menganalisis fenomena yang akan terjadi di kemudian hari dan memilih variabel yang berhubungan dengan fenomena selanjutnya.

- b. Penelitian saat ini dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel maupun indikator untuk memperbaiki instrumen penelitian dan mengembangkan penelitian agar menjadi lebih baik lagi.
- c. Lebih memperhatikan faktor-faktor lain di luar model dalam penelitian ini, seperti faktor sosial, demografi, nilai yang dirasa dan lain-lain yang memiliki dampak pada Loyalitas Pendengar, sehingga penelitian akan lebih kongkrit terlihat hubungan kausal antara variabel dependen dan independen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Naveed Tariq, "Assessing the Effect of Trust and Security Factors on Consumers' Willingness for Online Shopping among the Urban Moroccans". *International Journal of Business & Management Science*, 2009; 2(1) 17–32
- Ahmed, ishfaq., Nawaz, Muhammad Musarat., Usman, Ahmad. Shaukar, Muhammad Zeeshan. Naveed, Ahmad dan Hasan, Iqbal. 2010. *Impact of Service Quality of Customer's Satisfaction: Empirical evidence of telecom sector of Pakistan*. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 1(12): h: 98-113.
- Anderson, E.W. dan Sullivan, M.W. (1993), "The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms," *Marketing Science*, Vol. 12 (2), 125-143.
- Al-Rousan, M. Ramzi, Badaruddin Mohamed . "Customer Loyalty and the Impacts of Service Quality: The Case of Five Star Hotels in Jordan". *International Journal of Human and Social Sciences* 5:13 2010
- Arslan,F.M. and Altuna. "The effect of brand extensions on product brand image". *Journal of Product & Brand Management*, 19(3), Pp.170-180, 2010
- Bolton, Ruth N. and James H . Drew ," A Multi Stage Model of Customers 'Assessments of Service Quality and Value," *Journal of Consumer Research* , 17 (4) , 375-384. 1991
- Chin - Mei Wang , Hsiao - Chien Chang., "Corporate Brand Image and Customer Satisfaction on Loyalty: An Empirical Study of Starbucks Coffee in Taiwan". *Journal of Social and Development Sciences*. Pp 24-32, Jan 2012
- Chwo-ming Joseph Yu, Lei-yu Wu, Yu-ching Chiao & Hsing-shia Tai. " Perceived quality, customer satisfaction, and customer loyalty: the case of lexus in Taiwan". *Total Quality Management & Business Excellence* Volume 16, Issue 6, 2005
- Davies, Gary, Rosa Chun, Rui Vinhas da Silva, and Stuart Roper. 2003. *Corporate Reputation and Competitiveness*. London: Routledge.
- Fandi Tjiptono. 2011. *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta : Andi.
- Fornell C. (1992), " A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience". *Journal of Marketing*, Vol.56, pp. 6-21.

- Heskett, J.L., Jones, T.O., Loveman, G.W., Sasser, W.E. Jr and Schlesinger, L.A. (1994), "*Putting the service profit chain to work*", Harvard Business Review, March-April, pp. 105-11.
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Johnson, M.D., Anderson, E.W.&Fornell, C. (1995). *Rational and adaptive performance expectations in a customer satisfaction framework*. Journal of Consumer Research, 21, 695-707.
- Kazi Omar Siddiqi. 2011. "Interrelation between Customer Satisfaction and Commitment Attributes". *International Journal of Business and Management*. Vol 6 No. 3.
- Kotler, P. dan K.L. Keller, 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks (Kelompok Gramedia).
- _____. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Pearson Education, Edisi Indonesia Jakarta: PT. Indeks.
- _____. 2013, *Principles of Marketing Fifteen*. Enggland : Pearson Education.
- Leslie de Chernatony, Francesca Dall'Olmo Riley, (1998) "*Modelling the components of the brand*", European Journal of Marketing, Vol. 32 Iss:11/12, pp.1074 - 1090
- Lo Liang Kheng, Osman Mahamad, T. Ramayah, Rahim Mosahab. "*The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia*". Vol 2, No 2 (2010)
- Malhotra dan Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan. Edisi keempat*. Jakarta : Indeks.
- Mohammad Reza Jalilvand, Neda Samiei, Seyed Hessamaldin Mahdavinia. *The Effect of Brand Equity Components on Purchase Intention*. International Journal of Business and Management. 2(2):149-158. 2012
- Michael R. Solomon, Greg W. Marshall ,Elnora W. Stuart, "*Marketing:RealPeople,RealChoices*. Pearson Education, Limited, 2012
- Osman, Zahir 2013. "*An Emperial Study od Direct Relationship of Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty*. Journal of Tourism

- Oliver, R.L., ``A Cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions'', *Journal of Marketing Research*, Vol. 17 No. 4, November, p. 460-69 1980
- Pendengar Radio di Surabaya dan sekitarnya (Nielsen Listenership Study W1 2015)
- Pendengar radio di Surabaya secara kumulatif (Nielsen Listenership Study W1 2015)
- Pendengar weekdays dan weekend 103,1 Gen FM Surabaya tahun 2014 (Nielsen Listenership Study W3 2014)
- Pendengar weekdays dan weekend 103,1 Gen FM Surabaya tahun 2015 (Sumber Nielsen Listenership Study W1 2015)
- Penelitian internal tentang 103,1 Gen FM Surabaya (Nielsen Listenership Study W1 2015)
- Radio di Surabaya berdasarkan lama waktu mendengarkan (Nielsen Listenership Study W1 2015)
- Rahmayanty, Nina, 2010, *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Reichheld, F. F., and Sasser, W. E. (1990). "Zero Defections: Quality Comes to Services. *Harvard Business Review*", 68(5), 105–112.
- Reddy, N.R.V.R., T.N. Reddy, dan B.A. Azeem. 2013. Influence of store satisfaction, Merchandise Quality, and Service Quality on Store Loyalty. *International Journal of Trade, Economics and Finance*. Vol. 2, No. 5, October 2011. Pp. 351-355
- Santouridis dan trivellas panagiotis. 2010. *Investigating the impact of service quality and customer satisfaction on customer loyalty in mobile telephony in greece. The tqm journal*, vol 22 iss;3, pp.330-434.
- Rust, R. T., & Zahorik, A. J. , *Customer satisfaction, customer retention, and market share*. J. Retail. Summer, 69, 193-215. 1993.
- Samraz Hafeez, Bakhtiar Muhammad., "The Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty Programs on Customer's Loyalty: Evidence from Banking Sector of Pakistan". *Journal of Business and Social Science*. Vol. 3 No. 16 August 2012

- Shafiq,R.,Raza,Irfan., dan Zia-ur-Rehman. 2011. Analysis of the Factors Affecting Customers Purchase Intention: The Mediating role of perceived Value. "*African Journal of Business Management*". Pp 10578-10585.
- Shen dan Zih Yun. 2013. "The Effect of Brand Image on Consumers Behavior". Makalah Sarjana yang di terbitkan Wanzao Ursuline College of Languages: Departemen of International Affairs.
- Stephen S. Porter, Cindy Claycomb, (1997) "*The influence of brand recognition on retail store image*", Journal of Product & Brand Management, Vol. 6 Iss: 6, pp.373 – 387
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, Cetakan 1, Jakarta Barat. 2011
- Tatik Suryani. 2013. *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Uma Sekaran. 2009. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- VanVoorhis, Carmen R. Wilson and Besty L. Morgan. 2007. *Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Size. Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*. Vol. 3. Pp 43-50.
- Volker Seiler, Markus Rudolf, Tim Krume., "The influence of socio-demographic variables on customer satisfaction and loyalty in the private banking industry". *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 31 Iss: 4. Pp 235 – 258, 2013
- Wei Ming Ou, Chia Mei Shih, Chin Yuan Chen, Kuo Chang Wang, 2011. *Relationship among customer loyalty programs, service quality, relationship quality and loyalty*.
- Wijaya, T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, dan Kano: Disertai Contoh Aplikasi dalam kasus Penelitian*. Jakarta: PT. Indeks (Kelompok Gramedia).
- Yu - Te Tu , Chin - Mei Wang , Hsiao - Chien Chang *Chungyu Institute of Technology , Taiwan , Januari 2012. Corporate Brand Image and Customer Satisfaction on Loyalty: An Empirical Study of Starbucks Coffee in Taiwan*. Januari 2012.

Zeithaml, Berry and Parasuraman, "*Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality*," *Journal of Marketing*, April 1985, pp. 35-48.