

ABSTRAK

PT Radio Ardan Swaratama atau bisa disebut juga dengan Ardan Group yang merupakan perusahaan media massa “radio”, yang berdiri sejak tahun 1977 yang bertempat Jalan Cipaganti No 159 Bandung. PT Ardan Radio Group Swaratama memiliki 3 segmentasi radio yang berbeda-beda antara lain Radio Ardan Untuk segmentasi anak muda, B-Radio untuk segmentasi dewasa dan Radio Cakra mencakup seluruh segmen dan semuanya itu dibawah naungan Ardan Group Management. Seiring berkembangnya jaman radio merupakan salah satu media massa yang semakin berkembang, terutama untuk daerah Bandung, dilihat dari banyaknya Radio baru yang muncul , dan memiliki segmen yang berbeda-beda. Dengan begitu tentunya persaingan perusahaan media massa saat ini semakin meningkat. Salah satu strategi untuk meningkatkan loyalitas pendengar adalah memberikan kepuasan kepada pendengar. Agar ketika pendengar sudah mendapatkan kepuasan dari pihak perusahaan dengan begitu pendengar akan membangun komitmen yang kuat dari pelanggan untuk menggunakan barang atau jasa perusahaan dalam waktu yang panjang atau melakukan pembelian ulang.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan asosiatif, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan menggunakan teknik analisis jalur (path analysis).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan kepada kepuasan pendengar dan dampaknya terhadap loyalitas pendengar radio Cakra 90,5 Fm Bandung 2020.

Berdasarkan hasil penelitian deskriptif variabel Kualitas pelayanan (X) mendapatkan nilai dengan persentase 74% , variabel Kepuasan pendengar (Y) mendapatkan nilai dengan persentase 69% dan untuk variabel Loyalitas pendengar (Z) mendapatkan persentase sebesar 66% ketiga variabel tersebut berada pada kategori kuat. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh bahwa variabel Kualitas pelayanan berpengaruh kepada kepuasan pendengar dan berdampak kepada loyalitas pendengar.

Kata kunci: *kualitas layanan, kepuasan pendengar, dan loyalitas pendengar*