

BAB IV

PENUTUP

Di bab penutup ini, akan diuraikan hasil penelitian yang telah dilakukan ke dalam kesimpulan serta saran berdasarkan data yang telah diperoleh, diuji, dan dianalisis. Penelitian ini diharapkan membawa manfaat bagi Radio 90.2 FM Iswara Semarang dan juga bagi peneliti yang akan mengangkat tema atau objek sejenis.

4.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan pada 100 responden di Kota Semarang yang merupakan pendengar atau pernah mendengarkan siaran Radio 90.2 FM Iswara Semarang setidaknya selama 60 menit. Berdasarkan analisis data yang dilakukan dengan *software* SmartPLS 3.0, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel *E-Service Quality* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pendengar (Z) pada pendengar radio 90.2 FM Iswara Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa dengan konsumen memiliki kepekaan yang tinggi terhadap kualitas teknis, yang secara langsung memengaruhi penilaian kepuasan mereka. Sebagian besar responden menjawab bahwa *e-service quality* yang maksimal akan menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi saat menggunakan layanan. Konsistensi hasil temuan ini menggambarkan pemenuhan ekspektasi melalui pengoptimalan *e-service quality* secara langsung berpengaruh dalam menciptakan kepuasan bagi pendengar.

2. Variabel *E-Service Quality* (X) yang pada hipotesis disebutkan adanya positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Pendengar (Y) Radio 90.2 FM Iswara Semarang, berdasarkan hasil pengujian asumsi ini ditolak. Hasil ini memberikan indikasi bahwa meskipun telah terjadi peningkatan dalam *e-service quality*, hal ini tidak secara langsung menyebabkan peningkatan loyalitas pendengar, sehingga mengindikasikan adanya faktor mediator atau moderator yang mempengaruhi hubungan antara kedua variabel tersebut. Dari hasil ini juga bahwa dalam penerapannya tidak dapat mengandalkan peningkatan *e-service quality* untuk menciptakan loyalitas pendengar.
3. Variabel Kepuasan Pendengar (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Pendengar (Y) pada pendengar radio 90.2 FM Iswara Semarang. Pada implikasinya loyalitas pendengar dapat berhubungan dengan variabel dalam kepuasan pendengar, menunjukkan bahwa strategi dalam meningkatkan kepuasan pendengar akan memiliki dampak signifikan dalam pembentukan loyalitas pendengar untuk jangka yang panjang. Dalam konteks *platform streaming audio*, disaat pendengar merasakan kepuasan melalui kualitas audio yang optimal, konten yang tepat, kemudahan navigasi, dan pengalaman mendengarkan yang menyenangkan, hal ini membangun hubungan emosional yang mendorong mereka untuk terus menggunakan *platform* tersebut secara berulang. Konsistensi temuan ini di berbagai sektor digital menunjukkan bahwa keterkaitan antara kepuasan dan loyalitas merupakan fenomena yang umum dalam perilaku konsumen digital.

4. Variabel Kepuasan Pendengar (Z) memiliki pengaruh *full mediation* atau mediasi secara penuh dalam memediasi pengaruh antara *E-Service Quality* (X) dengan variabel Loyalitas Pendengar (Y). Temuan ini mengindikasikan bahwa individu yang mendapat kepuasan yang tinggi akan memengaruhi mereka untuk terus bertahan pada penyedia layanan. Temuan ini membuktikan bahwa kepuasan pendengar berfungsi sebagai mediator sempurna dalam hubungan antara *e-service quality* dan loyalitas, mengubah pengaruh yang awalnya tidak signifikan menjadi dampak yang sangat signifikan. Pengaruh dari *full mediation* menjelaskan mengapa *e-service quality* yang tidak dapat memberikan kepuasan tidak akan menghasilkan loyalitas untuk jangka yang panjang. Hal ini juga menjelaskan teori hierarki efek bahwa untuk menciptakan loyalitas akan mengikuti rangkaian yang dimulai dari penilaian terhadap kualitas layanan, kemudian akan diikuti pembentukan kepuasan, dan berakhir pada tindakan perilaku loyal.

4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan temuan pada penelitian, terdapat beberapa saran bagi Radio 90.2 FM Iswara Semarang dan juga bagi peneliti selanjutnya yang dapat digunakan sebagai dasar atau pertimbangan guna meningkatkan tingkat loyalitas pada pendengar 90.2 FM Iswara Semarang dan hal yang dapat diteliti kedepannya.

1. Pada variabel *E-Service Quality* (X) terdapat lebih dari 6 item pernyataan yang kurang dari skor mean variabel. Hal ini disebabkan oleh jawaban dari responden yang belum mendapat informasi yang didapatkan dari *website/aplikasi* dengan mudah. Untuk memperbaiki bagian tersebut,

manajemen dapat melakukan audit dari isi konten, melakukan redesain terhadap navigasi dari menu-menu, dan dilakukan uji coba *user experience* (UX) dari hasil perbaikan. Konsistensi jangkauan siaran di Kota Semarang juga masih memiliki nilai yang rendah. Kendala dalam adanya gangguan teknis dalam siaran juga perlu diperhatikan. Beberapa item ini berada di kategori dengan skor rendah dibandingkan item pertanyaannya. Iswara Semarang sebagai penyedia layanan dapat melakukan *mapping* terhadap wilayah lemah sinyal atau titik buta sinyal agar dapat memberikan konsistensi siaran yang baik. Dalam terjadinya masalah teknis perlu adanya SOP penanganan gangguan dan tim yang siaga dalam menyelesaikan masalah. Pemrioritasan terhadap peningkatan infrastruktur teknis dan kapasitas server dapat dilakukan agar *e-service quality* semakin stabil dan meningkatkan kepuasan agar dapat terciptanya loyalitas. Aspek-aspek yang telah mendapatkan nilai baik utamanya yang mendapatkan skor yang tinggi dapat dijadikan keunggulan yang perlu dipertahankan konsistensinya.

2. Pada variabel Kepuasan Pendengar (Z) terdapat item pernyataan yang memiliki nilai kurang dari nilai mean skor variabel. Hal ini disebabkan adanya responden yang belum tertarik untuk terus mengikuti program yang disiarkan oleh Iswara Semarang. Dalam menghadapi kendala tersebut perlu adanya pemanfaatan segmentasi pendengar, mengatur jadwal sesuai minat dari pendengar, memanfaatkan promosi silang di media sosial. Nilai kesiediaan untuk terus mendengarkan Iswara di masa yang akan datang memiliki nilai yang cukup rendah. Hal ini menunjukkan belum adanya

keyakinan dan kepuasan dalam beberapa aspek dari siaran Iswara. Evaluasi terhadap respon tersebut adalah perlu adanya penguatan terhadap keunikan program dan perlu inovasi konten yang interaktif yang dapat memberikan dorongan emosional pendengar dengan program atau penyiar. Hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai kepuasan tersebut adalah adanya interaksi personal dengan pendengar, program yang berkelanjutan sehingga pendengar tertarik untuk menunggu episode selanjutnya, dan memberikan *reward* kepada pendengar yang setia.

3. Pada variabel Loyalitas Pendengar (Y) diperlukan perhatian lebih untuk pengembangan kedepannya. Dari ketiga variabel penelitian Loyalitas Pendengar (Y) memiliki nilai skor mean variabel terendah, meskipun masih dalam kategori relatif sedang banyak hal yang dapat ditingkatkan agar mendapatkan nilai loyalitas pendengar yang kuat. Dalam penilaian responden, tingkat pilihan Iswara Semarang sebagai radio utama merupakan item dengan nilai cukup rendah. Nilai *word of mouth* atau mereferensikan Iswara Sematrang juga masih cukup rendah. Untuk memperbaiki dan meningkatkan nilai loyalitas pendengar, Iswara Semarang perlu memperkuat *positioning* mereka dengan bisa memiliki program unggulan yang khas agar dapat meningkatkan Iswara sebagai pilihan utama. Membangun komunitas pendengar yang kuat dan loyal dapat menambah tingkat referensi atau *word of mouth*. *Reward* untuk pendengar aktif juga dapat menjadi pilihan dalam menguatkan loyalitas pendengar. *Tagline* atau

slogan yang konsisten agar menarik loyalitas tersebut. Dan tunjuk pendengar yang aktif sebagai *community ambassador* untuk mengajak orang lain.

4. Dari hasil peneltian ini, dapat dijadikan acuan atau bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya dengan mempertimbangkan untuk menggunakan variabel atau faktor lain yang memberikan pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas pendengar. Selain itu, perbandingan kondisi dari objek penelitian kedepannya dengan penelitian ini dapat memberikan perubahan terhadap hasil penilitian yang faktornya belum dipertimbangkan dalam penelitian ini. Hal ini dapat memperluas literatur akademis dan memberikan saran untuk strategi kedepannya.