



**DETERMINAN FAKTOR LOYALITAS PENDENGAR POP FM**

**JAKARTA**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS  
**AGUNG SEHPUDIN**  
MERCU BUANA

**55118110010**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**TAHUN 2020**

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of radio programs, broadcasters and transmitter power on listening to Pop FM radio Jakarta and listeners loyalty. Primary data were obtained from questionnaires and secondary data were obtained from field research such as interviews with companies. The population of this study were all listeners of Pop FM Jakarta radio in Jabodetabek in May-June with a total sample of 210 people. The analytical method used is the LISREL version 8.80 Structural Equation Modeling (SEM). The results showed that radio programs, broadcasters and transmitter power had a significant positive effect on interest in listening to radio. Meanwhile, radio programs, broadcasters and transmitter power also have a significant positive effect on radio listeners' loyalty. The R Square value is 0.75 that in this study the broadcast program variables, announcers and transmitter power contributed 75%, the rest was influenced by other variables by 25%.*

*Keywords: Radio programs, Broadcasters, Transmitter power, Listeners loyalty*



## ASTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh program radio, penyiar dan kekuatan pemancar terhadap minat mendengarkan radio Pop FM Jakarta dan loyalitas pendengarnya. Data primer diperoleh dari kuisisioner dan data sekunder diperoleh dari penelitian lapangan seperti wawancara dengan pihak perusahaan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pendengar radio Pop FM Jakarta di Jabodetabek pada bulan Mei-Juni dengan jumlah sampel sebanyak 210 orang. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) LISREL versi 8.80. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program radio, penyiar dan kekuatan pemancar berpengaruh positif signifikan terhadap minat mendengarkan radio. Sedangkan program radio, penyiar dan kekuatan pemancar juga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pendengar radio. Nilai R Square sebesar 0,75 bahwa dalam penelitian ini variabel program siaran, penyiar dan kekuatan pemancar memberikan kontribusi sebesar 75%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 25%.

Kata kunci: Program radio, Penyiar, Kekuatan Pemancar, Loyalitas Pendengar



## PENGESAHAN TESIS

Judul : Determinan Faktor Loyalitas Pendengar Pop FM Jakarta  
Nama : Agung Sehpudin  
NIM : 55118110010  
Program Studi : Magister Manajemen  
Tanggal : Oktober 2020

Mengesahkan

Pembimbing




( Dr. Achmad Fachrodji, M.M )

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



( Prof. Dr. Ing Mudrik Alayidrus )



( Dudi Permana, Ph.D )

## PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh :

Nama : AGUNG SEHPUDIN

NIM : 55118110010

Program Studi : MAGISTER MANAJEMEN

dengan judul

“DETERMINAN FAKTOR LOYALITAS PENDENGAR POP FM JAKARTA”,  
telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal  
03/09/2020, didapatkan nilai persentase sebesar 12%.



Jakarta, 3 September 2020  
Administrator Turnitin

**Arie Pangudi. A.Md**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Determinan Faktor Loyalitas Pendengar Pop FM Jakarta

Nama : Agung Sehpudin

NIM : 55118110010

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : Oktober 2020

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 1 September 2020



( Agung Sehpudin )

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga Tesis yang berjudul “Determinan Faktor Loyalitas Pendengar Pop FM Jakarta” ini dapat diselesaikan. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) dalam bidang keahlian Pemasaran pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Achmad Fachrodji, MM. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan waktu yang diluangkan kepada penulis untuk berdiskusi sehingga terselesaikannya Tesis ini.
2. Prof. Dr. Ing Mudrik Alaydrus. Selaku Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.
3. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, serta seluruh dosen Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu serta arahannya kepada penulis selama penulis berkuliah di Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Dr. Mirza, MM selaku dosen penguji pada seminar proposal dan hasil.
5. Keluarga besar yang selalu memberikan doa dan dukungannya demi terselesaikannya Tesis ini, serta tak lupa teruntuk rekan-rekan seperjuangan Program Magister Manajemen Pemasaran yang selalu memberikan dukungannya.
6. Teman-teman baik seperjuangan maupun bukan, yang sudah memberikan dukungan dan motivasi kepada saya dalam menyusun penelitian ini.

Dengan keterbatasan pengalaman, ilmu maupun pustaka yang ditinjau, penulis menyadari bahwa Tesis ini masih banyak kekurangan dan pengembangan lanjut agar lebih bermanfaat. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar Tesis ini lebih sempurna serta sebagai masukan bagi penulis untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah di masa mendatang.

Jakarta, 21 November 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>ABSTRAKSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN SIMILARITY CHECK</b> .....	v
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi, Rumusan dan Batasan Masalah.....	12
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	12
1.2.2. Pembatasan Masalah.....	12
1.2.3. Perumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	13
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	<b>15</b>
2.1. Kajian Teori.....	15
2.1.1. Program Radio.....	15



2.1.2. Penyiar Radio.....	17
2.1.3. Kekuatan Pemancar.....	19
2.1.4. Minat Mendengarkan Radio.....	19
2.1.4.1. Intensi.....	19
2.1.4.2. Aspek Pembentuk Intensi.....	20
2.1.5. Loyalitas Pendengar.....	25
2.2. Penelitian Terdahulu.....	30
2.3. Kerangka Pemikiran.....	41
2.4. Hipotesis Penelitian.....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	<b>47</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	47
3.2. Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional.....	47
3.2.1. Pengukuran Variabel.....	47
3.2.2. Definisi Operasional.....	48
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	52
3.3.1. Populasi.....	52
3.3.2. Sampel Penelitian.....	52
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5. Sumber Data.....	55
3.6. Metode Analisis Data.....	56
3.6.1. Uji Statistik Deskriptif.....	56
3.6.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
3.6.3. Tahapan Prosedur SEM.....	58
3.6.4. Koefisien Determinasi.....	61
3.6.5. Uji Hipotesis.....	61

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>63</b>
4.1. Deskripsi Perusahaan.....	63
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	63
4.1.2. Ruang Lingkup dan Bidang Usaha.....	64
4.1.3. Sumber Daya.....	64
4.1.4. Tantangan Bisnis.....	64
4.2. Hasil Penelitian.....	64
4.2.1. Karakteristik Demografis Responden.....	64
4.2.2. Analisis Deskriptif Hasil Jawaban Kuisisioner.....	65
4.3. Hasil Analisis.....	72
4.3.1. Analisis Kecocokan Model Pengukuran.....	72
4.3.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas SEM.....	73
4.3.2. Analisis Kecocokan Model Struktural.....	85
4.3.3. Uji Kecocokan Model Struktural.....	88
4.3.4. Pengujian Hipotesis.....	93
4.4. Pembahasan Uji Hipotesis.....	97
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>106</b>
5.1. Kesimpulan.....	106
5.2. Saran.....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>109</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>113</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Rating Radio di Jakarta.....	5
Tabel 1.2 Data Internal Radio Pop FM Jakarta.....	6
Tabel 1.3 Pra survei Pendengar.....	8
Tabel 2.1 Format Siaran.....	16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	49
Tabel 3.2 Skala Likert.....	55
Tabel 3.3 Indeks Kelayakan Model.....	60
Tabel 4.1 Karakteristik Demografis Responden.....	65
Tabel 4.2 Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuisisioner Program Siaran.....	67
Tabel 4.3 Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuisisioner Penyiar.....	68
Tabel 4.4 Deskripsi Data hasil Pertanyaan Kuisisioner Kekuatan Pemancar.....	69
Tabel 4.5 Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuisisioner Minat Mendengar.....	70
Tabel 4.6 Deskripsi Data Hasil Pertanyaan Kuisisioner Loyalitas Pendengar.....	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Program Siaran.....	75
Tabel 4.8 <i>Goodness of Fit Model</i> CFA Program Siaran.....	76
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Penyiar.....	77
Tabel 4.10 <i>Goodness of Fit Model</i> CFA Penyiar.....	78
Tabel 4.11 Hasil uji Validitas dan Reliabilitas Kekuatan Pemancar.....	79
Tabel 4.12 <i>Goodness of Fit Model</i> CFA Kekuatan Pemancar.....	80
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Minat Mendengar.....	81
Tabel 4.14 <i>Goodness of Fit Model</i> CFA Minat Mendengar.....	82
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Pendengar.....	84

Tabel 4.16 <i>Goodness of Fit Model CFA</i> Loyalitas Pendengar.....	85
Tabel 4.17 Hasil Uji Kecocokan <i>Measuerement</i> Model Penelitian.....	86
Tabel 4.18 Hasil Uji Kecocokan Modifikasi <i>Measurement</i> Model Penelitian.....	90
Tabel 4.19 Pengujian Hipotesa.....	94



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Popular Radiostations Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Pengguna Aplikasi Musik di Indonesia.....	4
Gambar 1.3 Gambar <i>Direct Message</i> dari Pendengar.....	11
Gambar 2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	21
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	45
Gambar 4.1 Logo Radio.....	63
Gambar 4.2 Konstruk Program Siaran berdasarkan <i>Standart Solution</i> .....	74
Gambar 4.3 Konstruk Penyiar berdasarkan <i>Standart Solution</i> .....	76
Gambar 4.4 Konstruk Kekuatan Pemancar berdasarkan <i>Standart Solution</i> .....	79
Gambar 4.5 Konstruk Minat Mendengar berdasarkan <i>Standart Solution</i> .....	81
Gambar 4.6 Konstruk Loyalitas Pendengar berdasarkan <i>Standart Solution</i> .....	83
Gambar 4.7 Model Keseluruhan Variabel.....	86
Gambar 4.8 Modifikasi Model Keseluruhan Variabel.....	88
Gambar 4.9 <i>Structural Model Standart Solution</i> Menggunakan <i>Lisrel 8.8</i> .....	91
Gambar 4.10 <i>Structural Model t-Value</i> Menggunakan <i>Lisrel 8.8</i> .....	91
Gambar 4.11 Output Model Persamaan Strutural.....	92
Gambar 4.12 Diagram Jalur Model Struktural <i>Standart Solution</i> .....	93

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	113
Lampiran 2 Data mentah.....	118
Curriculum Vitae .....	123

