



**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
PADA PENDENGAR RADIO PINGUIN DI BALI**

Made Surya Winata^{a,1}

I Dewa Ayu Hendrawathy Putri^b

I Gusti Ngurah Pertu Agung^c

^{a,b,c} Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar

¹ Corresponding Author, email: ardha.wiranatha@gmail.com (Surya)

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 22-06-2025

Revised: 28-07-2025

Accepted: 20-09-2025

Published: 30-09-2025

Keywords:

e-service quality, customer satisfaction, customer loyalty

ABSTRACT

This study examines the quality of electronic services (e-service quality) that has been implemented by Radio Bali in achieving customer satisfaction and being able to create customer loyalty. Radio Pinguin Bali uses WhatsApp as one way to provide effective and efficient services to listeners who want to interact anytime and anywhere. Request favorite songs, greet friends, or ask questions about various things according to their needs. This study employs a quantitative methodology, gathering data via questionnaires. The 176 participants in this study were Radio Pinguin listeners who communicated via Radio Pinguin WhatsApp between January and December 2024. Multiple linear regression was the method of study, and the results demonstrated that Radio Pinguin listeners may communicate with Radio Pinguin via Radio Pinguin WhatsApp by introducing themselves, requesting their favorite songs, inquiring about advertising expenses, or anything else that suited their needs. The study's conclusion highlights that Radio Pinguin has been successful in offering listeners high-quality electronic services over WhatsApp, making the service efficient and successful. This is demonstrated by the growing loyalty of listeners, who are happy with the services they receive.

PENDAHULUAN

Radio merupakan media komunikasi yang relevan dan andal di berbagai situasi dalam menyebarkan komunikasi, sebab radio memiliki jangkauan yang luas terutama di daerah yang belum tersedia akses internet. Sudah banyak

stasiun radio yang beradaptasi dengan kemajuan teknologi sehingga dalam programnya menghadirkan layanan *streaming online*, podcast, serta masyarakat dapat mengakses aplikasi radio melalui perangkat pintar (Super

Admin, ditsmp.kemdikdasmen 11 September 2024).

Beberapa fungsi utama yang membuat radio tetap relevan sampai dengan saat ini adalah penyebaran informasi, hiburan, edukasi, promosi dan iklan serta kontrol sosial. Hal ini yang menjadikan radio berperan dalam membentuk opini publik, menyebarkan budaya dan memfasilitasi interaksi sosial di masyarakat Indonesia. Era digital mengharuskan stasiun radio untuk siap menghadapi tantangan, diantaranya persaingan media digital, perubahan perilaku konsumen, penurunan pendapatan iklan, kebutuhan inovasi konten, adaptasi teknologi, regulasi spektrum dan kualitas SDM. Saat ini sudah banyak stasiun radio yang mengubah strategi dengan menggabungkan siaran tradisional dengan digital melalui *streaming*, podcast dan aktif di media sosial (Liputan6, 12 - 01 - 2025).

Radio masih menjadi pilihan asyik untuk banyak orang di era yang semua serba digital . Menariknya radio masih punya pendengar setia dari kalangan anak muda . Generasi *digital native* pun masih mendengarkan radio walaupun caranya yang berbeda seperti streaming melalui aplikasi atau siaran ulang melalui platform digital.

Hasil survei kepada masyarakat Indonesia dengan rentang usia 16 – 64 tahun menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih mendengarkan radio dengan durasi rata-rata 30 menit per hari. Tahun 2021 durasi masyarakat Indonesia mendengarkan radio selama 31 menit per hari. Tahun 2022 terjadi peningkatan durasi yaitu rata-rata masyarakat Indonesia mendengarkan radio yaitu 37 menit per hari. Dan terjadi penurunan pada tahun 2023 dan 2024 yaitu rata-rata masyarakat Indonesia mendengarkan radio dengan durasi selama 32 menit per hari (Irfan, Goodstats.id 24 September 2024).

Selanjutnya dapat dilihat hasil survei frekuensi anak muda dengan rentang usia 18 – 25 tahun yang mendengarkan radio. Usia muda adalah usia yang produktif sehingga lebih banyak kemungkinan terjadi interaksi yang terjadi, namun hasil survei menunjukkan bahwa sebagian responden mengatakan tidak pernah mendengarkan radio. Sebagian responden

mengatakan mendengarkan radio hanya saja intensitasnya tidak.

Hasil survei yang dilakukan pada bulan Oktober 2024 dengan responden usia 18 - 25 tahun sebanyak 500 responden namun 12% diantaranya berusia kurang dari 18 tahun. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian responden menyebutkan mereka tidak mendengar radio dan sebagian dari responden menyebutkan bahwa mereka mendengarkan radio. Sebagian responden yang mendengarkan radio, mereka mencari frekuensi yang berbeda sesuai dengan kebutuhan dan kesukaan mereka masing-masing 10,8% responden menyebutkan bahwa mereka mendengarkan radio setiap hari , 14,6% menyebutkan bahwa mereka mendengarkan radio 2 - 4 hari sekali , 12% menyebutkan bahwa mereka mendengarkan radio sebulan sekali , 9,4% menyebutkan bahwa mereka mendengarkan radio seminggu sekali , 5,2% menyebutkan bahwa mereka mendengarkan radio dua minggu sekali (Rafli, 2024).

Data persentase penduduk lima (5) tahun ke atas yang mendengarkan radio menurut (BPS, 2019), Provinsi Bali adalah provinsi terbanyak yang masyarakatnya mendengarkan radio yaitu di perkotaan, laki-laki sebanyak 32,07% dan perempuan sebanyak 31,59% dan di pedesaan, laki-laki sebanyak 24,06% dan perempuan sebanyak 23,93%. Persentase terbanyak kedua adalah Provinsi DI Yogyakarta yaitu di perkotaan, laki-laki sebanyak 30,46% dan perempuan sebanyak 28,20% dan di pedesaan, laki-laki sebanyak 18,69% dan perempuan sebanyak 17,31%. Sedangkan provinsi yang persentasenya terendah adalah Provinsi Sulawesi Barat yaitu di perkotaan, laki-laki sebanyak 1,96% dan perempuan sebanyak 2,59% dan di pedesaan, laki-laki sebanyak 3,01% dan perempuan sebanyak 2,91%.

Penelitian ini mengambil lokasi penelitian di salah satu radio swasta di Denpasar Bali maka berikut adalah daftar beberapa radio yang ada di Denpasar Bali yaitu RRI Pro 1, RRI Pro 2, RRI Pro 4, Radio AR Bali, Radio Gema Merdeka Bali, Bali Sruti Radio, Kuta Radio 106 FM, Thomson Radio News, Endless For Beacon FM, Bali United FM, Menara FM, Penguin Radio Bali, OZ Radio Bali, Hard Rock FM, PSB Radio, 1921 Bali Headbanger Online, Cassta Media,

Cassanova Bali, 98.1 FBI Radio Bali, Waroeng Dj Radio, Voks Radio Bali, Bali Extreme Radio, CDBS Radio Action, Voks Radio 102 FM Bali, Voks Radio Bali 99.3 FM dan Phoenix Radio Bali.

Radio Pinguin adalah salah satu stasiun radio swasta di Denpasar Bali yang berada di Jalan Gatot Subroto – Barat 353 dengan *frequency* 103,6 MHz. Stasiun radio ini berdiri sejak 28 Maret 1988 dan masih mengudara sampai dengan saat ini. Pendengar setia Radio Pinguin disebut sebagai “ Sahabat Pinguin FM ” ini 65% adalah perempuan dan 35% adalah laki-laki. Beroperasi sejak pukul 05.00 pagi sampai 12.00 malam dengan *daily* program dan spesial program yang bisa dilihat di situs www.radiopinguinfm.com. Tahun 2024 Radio Pinguin berhasil meraih perhargaan dalam Anugerah Penyiaran Bali 2024 yang diselenggarakan oleh KPID Bali dan menang di dua (2) kategori yaitu kategori radio swasta terbaik dan kategori penyiar terbaik.

Media *online* menuntut keras media cetak dan media elektronik juga berupaya melakukan terobosan terbaik dengan mengedepankan layanan yang berkualitas sehingga menimbulkan kepuasan pendengar. Radio Pinguin telah memiliki website yaitu www.radiopinguinfm.com yang dapat diakses dengan mudah dan berisi lengkap mengenai seluruh kegiatan dan informasi Radio Pinguin. Selain itu Radio Pinguin juga aktif di beberapa media sosial yaitu:

- 1) Streaming: live.radiopinguinfm.com
- 2) Facebook : Pinguin FM Bali
- 3) Twitter / X : [@radiopinguinfm](https://twitter.com/@radiopinguinfm)
- 4) Whatsapp & Telegram : 0811 393 494
- 5) Instagram : [@pinguinfmbali](https://www.instagram.com/pinguinfmbali)
- 6) Tiktok : [@pinguinfmbali](https://www.tiktok.com/@pinguinfmbali)
- 7) Youtube : Pinguin Radio Bali

Ketersediaan website dan media sosial Radio Pinguin mempermudah pendengar untuk mengakses dan mencari informasi bahkan berinteraksi kapanpun dan dimanapun. Hal ini tentunya menjadi kesempatan bagi Radio Pinguin untuk berinteraksi dan memberi pelayanan terbaik kepada para pendengar. Melihat data yang menunjukkan bahwa Provinsi Bali merupakan provinsi yang masyarakatnya paling banyak mendengarkan radio, maka

kesempatan bagi Radio Pinguin untuk berupaya memberikan inovasi terbaru sesuai dengan perkembangan jaman bagi masyarakat Bali.

E-service quality menurut Chase et al. (2020) dalam Riyadi et al. (2023:4) adalah bentuk dari kualitas layanan bantuan internet dengan jangkauan yang lebih luas oleh pelaku usaha kepada konsumen (pelanggan) agar terpenuhinya aktivitas belanja yang efektif dan efisien. Artinya layanan saat ini sudah bisa diterima oleh konsumen secara tidak langsung (melalui aplikasi) dimulai saat sebelum pembelian sampai dengan setelah pembelian. Layanan yang berkualitas akan mengantarkan konsumen sampai dengan transaksi selesai, namun apabila konsumen kesulitan menggunakan aplikasi (*website*) maka kemungkinan besar konsumen akan berhenti menggunakan aplikasi (*website*) tersebut bahkan beralih ke merk lain. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini pelaku usaha tidak hanya mengedepankan kualitas layanan tetapi juga kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) mengikuti perkembangan jaman agar tidak tertinggal dengan pelaku usaha lainnya.

Customer satisfaction menurut Riyadi et al. (2023:4) adalah rasa puas yang dirasakan oleh konsumen (pelanggan) setelah mengkonsumsi produk atau jasa yang dibelinya. Rasa puas tersebut terangkum sejak dimulainya menggunakan aplikasi (*website*), transaksi dan pasca pembelian. Keseluruhannya disesuaikan dengan ekspektasi awal konsumen (pelanggan). Apabila produk atau jasa yang dikonsumsinya sesuai dengan ekspektasi awal maka dipastikan bahwa *customer satisfaction* akan terwujud. Pentingnya *customer satisfaction* bagi pelaku usaha adalah keyakinan akan produk atau jasa dan layanan yang diberikan dapat diterima baik oleh konsumen. Hal tersebut berimbang pada tujuan akhir pelaku usaha yaitu keuntungan yang diperoleh dari *customer loyalty*. Konsumen (pelanggan) yang puas akan melakukan pembelian ulang bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.

Customer loyalty sangat penting bagi keberlangsungan seluruh jenis usaha termasuk perusahaan telekomunikasi. Christian & Nuari (2016) dalam (Dzulkifli, 2021:795-805) menyebutkan bahwa *customer loyalty* adalah

bentuk perilaku konsumen yang berkeinginan untuk tetap menggunakan layanan telekomunikasi yang selama ini digunakannya. *Customer loyalty* berhubungan dengan pendapatan perusahaan, maka apabila *customer loyalty* meningkat akan meningkat pula pendapatan perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha (perusahaan) harus mampu mengikuti perkembangan jaman dan berinovasi dengan produk atau jasa serta layanan yang diberikan. Selain barang dan jasa yang bermutu dan memenuhi harapan konsumen, untuk mencapai *customer loyalty*, saat ini juga dibutuhkan mutu pelayanan dan kualitas pelayanan elektronik atau *e-service quality*.

Hasil penelitian (Novianti, 2024:129-149) menunjukkan bahwa kunci dari meningkatnya loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan elektronik dengan cara menciptakan kepuasan elektronik dan kepercayaan elektronik. Sejalan dengan hasil penelitian (Dzulkifli, 2021:795-805) Hal ini menunjukkan bahwa untuk berhasil membangun *customer loyalty* terhadap barang atau jasa yang disediakan, layanan pelanggan berkualitas tinggi diperlukan untuk membuat pelanggan merasa gembira dan berdedikasi untuk memanfaatkannya.

Berbeda dengan hasil penelitian (Zarkasyi et al., 2023:1-10) yang menunjukkan bahwa *e-service quality* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Pelanggan tetap melakukan pembelian ulang pada aplikasi gojek (*gofood*) tanpa memperhatikan *e-service quality*.

Melihat hal tersebut *e-service quality* juga memiliki peran penting dalam meningkatkan *customer satisfaction* dan mewujudkan *customer loyalty* pada pendengar Radio Pinguin di Bali. Dengan layanan elektronik berkualitas, para pendengar akan merasa puas sebab telah mendapatkan produk atau jasa yang dibutuhkan sekaligus layanan yang sangat memuaskan dengan efektif dan efisien. Sahabat Pinguin dapat *request* lagu favorit, menyapa teman atau bertanya tentang apa saja sesuai kebutuhannya dengan mengirim pesan melalui *whatsapp* Radio Pinguin.

Research gap penelitian ini adalah, banyaknya informasi dan data yang menyebutkan bahwa media komunikasi radio

semakin sedikit peminatnya, terutama pada hasil survey nasional yang menunjukkan bahwa sebagian responden usia 18-25 tahun hanya sebagian yang mendengarkan radio dengan intensitas seminggu sekali, seminggu dua kali bahkan sebulan sekali. Hasil survey Badan Pusat Statistik yang menunjukkan bahwa Provinsi Bali adalah Provinsi dengan data pendengar radio terbanyak. Hal ini merupakan harapan dan titik terang bagi stasiun radio di Bali khususnya wilayah Denpasar untuk terus berupaya memberikan program yang menarik dan menyesuaikan perkembangan jaman dan kebutuhan konsumen.

Penelitian ini menegaskan bahwa *e-service quality* dan kepuasan pelanggan berperan penting dalam membangun loyalitas audiens, sekaligus memperluas pemahaman Ilmu Komunikasi dari model satu arah menuju komunikasi digital-interaktif. Secara praktis, temuan ini menunjukkan bahwa media tradisional seperti radio dapat tetap relevan dengan mengintegrasikan layanan digital sebagai sarana interaksi partisipatif dan berkelanjutan dengan pendengar

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner dan observasi, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui SPSS untuk menguji pengaruh *e-service quality* dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai dampak kepuasan pelanggan dan kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas pendengar Radio Pinguin di Bali dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif yang dikumpulkan dari survei dan observasi merupakan jenis data yang digunakan. Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25, regresi linier berganda merupakan metode analisis data yang digunakan.

Semua pendengar Radio Pinguin Bali yang terlibat dalam interaksi WhatsApp aktif antara Januari dan Desember 2024 menjadi bagian dari populasi penelitian. Sebanyak 19.044 orang dihitung dalam populasi tersebut. Dengan tingkat kesalahan 7,5%, algoritma Slovin digunakan

untuk menghitung ukuran sampel, yang menghasilkan 176 respons. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive proporsional random sampling, dan responden harus merupakan pendengar Radio Pinguin yang berdomisili di Bali dan secara teratur menggunakan WhatsApp resmi stasiun tersebut.

Customer loyalty merupakan variabel dependen dalam penelitian ini, sedangkan customer satisfaction dan e-service quality merupakan faktor independen. Instrumen berupa kuesioner tertutup dengan lima pilihan respons, mulai dari "Sangat Tidak Setuju" (skor 1) hingga "Sangat Setuju" (skor 5), digunakan untuk mengukur setiap variabel. Aspek efisiensi, ketergantungan, privasi, daya tanggap, dan kemudahan kontak merupakan contoh indikator e-service quality. Tingkat keyakinan pelanggan terhadap layanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan mereka merupakan indikator utama customer satisfaction. Kecenderungan pelanggan untuk tetap menggunakan layanan, merekomendasikannya kepada orang lain, dan membicarakannya dengan baik merupakan cara customer loyalty ditentukan.

Dua pendekatan digunakan untuk mengumpulkan data: observasi langsung terhadap sistem layanan Radio Pinguin dan distribusi survei daring kepada sampel responden terpilih. Pertama, validitas dan reliabilitas instrumen kuesioner diperiksa. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode split half untuk mengukur konsistensi respons responden, sedangkan uji validitas menggunakan metode korelasi Pearson Product Moment untuk mengetahui hubungan antara setiap item pertanyaan dan skor keseluruhan.

Pengolahan data, yang melibatkan editing, entry data ke dalam SPSS, pembersihan untuk menghilangkan informasi yang tidak diperlukan, pengkodean untuk setiap variabel, dan tabulasi untuk mengatur data ke dalam tabel analisis, dilakukan setelah data dikumpulkan.

Uji asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, dilakukan untuk memastikan data memenuhi prasyarat untuk menggunakan regresi. Selain itu, analisis regresi linier berganda dilakukan untuk memastikan dampak parsial atau simultan dari customer satisfaction dan e-service

quality terhadap customer loyalty. Baik secara simultan (koefisien determinasi R2) maupun parsial (menggunakan standardized beta coefficient and zero-order correlation value), uji determinasi digunakan untuk memastikan tingkat kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh kedua faktor independen secara bersamaan terhadap variabel dependen, sedangkan uji t digunakan untuk mendeteksi pengaruh parsial dari masing-masing variabel independen. Nilai signifikan (nilai-p) dan perbandingan antara nilai yang dihitung dan nilai tabel, dengan ambang signifikansi 5%, berfungsi sebagai dasar untuk kriteria pengambilan keputusan.

Rangkaian penelitian lengkap dilakukan di Radio Pinguin Bali dalam jangka waktu tiga bulan, tepatnya dari Februari hingga April 2025.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Regresi Linier Berganda

Menganalisis banyak variabel independen terhadap variabel dependen merupakan tujuan dari analisis regresi linier berganda. Tiga analisis yang menyusun analisis ini: uji parsial, uji simultan, dan koefisien determinasi.

2. Uji Determinasi

Uji determinasi menurut Sugiyono (2017:249) digunakan untuk menentukan persentase dampak variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

3. Koefisien Determinasi Simultan

Nilai koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 1
Koefisien Determinasi Simultan
Model Summary^b

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.684 ^a	.468	.462

a. Predictors: (Constant), Customer Satisfaction (X2), E-Service Quality (X1)

b. Dependent Variable: Customer Loyalty (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 26

Tujuan dari koefisien determinasi adalah untuk mengukur sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen.

Harga, customer satisfaction, dan e-service quality semuanya dapat memiliki dampak sebesar 46,8% terhadap customer loyalty, menurut nilai koefisien determinasi sebesar 0,468.

4. Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien yang digunakan untuk menghitung kontribusi relatif setiap variabel independen terhadap variabel dependen dikenal sebagai koefisien determinasi parsial.

Tabel 2

Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients ^a						
Model	B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		Std. Error	Beta	t	Sig.	Correlations
1 (Constant)	1.472	.210		6.996	.000	
E-Service Quality (X1)	.298	.056	.344	5.284	.000	.574
Customer Satisfaction (X2)	.345	.051	.438	6.723	.000	.455

a. Dependent Variable: Customer Loyalty (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 26

Variabel e-service quality mampu mempengaruhi customer loyalty sebesar 19,7% ($0,344 \times 0,574 = 0,197$). Variabel customer satisfaction mampu mempengaruhi customer loyalty sebesar 27,1% ($0,438 \times 0,618 = 0,197$).

5. Uji Parsial (Uji *t-test*)

Tujuan uji-t penelitian ini adalah untuk menentukan bagaimana customer satisfaction dan e-service quality memengaruhi Customer loyalty pendengar Radio Pinguin di Bali secara bersamaan. Uji t test menurut Sugiyono (2019:248) adalah jawaban jangka pendek untuk pertanyaan yang melihat hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan menggunakan tabel yang disediakan Ghozali (2018:78), nilai t yang dihitung dan tabel t dapat dibandingkan untuk melaksanakan uji t. Syarat pengujinya adalah jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai p kurang dari 0,05 pada taraf signifikansi 5%.

Tabel 4
Uji Parsial (Uji *t*)

Coefficients ^a						
Model	B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		Std. Error	Beta	t	Sig.	
1 (Constant)	1.472	.210		6.996	.000	

E-Service Quality (X1)	.298	.056	.344	5.284	.000
Customer Satisfaction (X2)	.345	.051	.438	6.723	.000

a. Dependent Variable: Customer Loyalty (Y)

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil diatas diperoleh model regresi berikut:

$$\text{Customer loyalty} = 1,472 + 0,298 \text{ E-service quality} + 0,345 \text{ Customer satisfaction}$$

Berikut ini adalah hasil pengujian uji parsial:

1. Dengan tingkat signifikansi 0,000 dan nilai t 5,284, variabel e-service quality dianggap kurang signifikan dibandingkan 0,05. Customer loyalty dengan demikian agak dipengaruhi secara signifikan oleh e-service quality. Efek positif ditunjukkan oleh koefisien regresi tercatat sebesar 0,298, yang berarti bahwa Customer loyalty cenderung meningkat seiring dengan peningkatan e-service quality dan sebaliknya. Selain itu, koefisien ini menunjukkan bahwa untuk setiap peningkatan satu unit dalam e-service quality, Customer loyalty akan meningkat sebesar 0,298.
2. Nilai signifikansi ini juga kurang dari 0,05 untuk variabel customer satisfaction, yang memiliki nilai t sebesar 6,723 dan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa customer loyalty sangat dipengaruhi oleh customer satisfaction. Efek positif ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,345, yang berarti bahwa customer loyalty meningkat seiring dengan customer satisfaction dan sebaliknya. Selain itu, koefisien ini menunjukkan bahwa untuk setiap peningkatan satu unit dalam customer satisfaction, akan ada peningkatan sebesar 0,345 dalam Customer loyalty.

6. Uji *F-test*

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk menilai seberapa besar Customer loyalty pendengar Radio Pinguin di Bali dipengaruhi oleh e-service quality dan customer satisfaction baik secara independen maupun simultan. Menurut Sugiyono (2019:257), Salah satu teknik untuk menunjukkan bahwa variabel independen yang termasuk dalam model secara kolektif

mempengaruhi variabel dependen adalah uji F. Ghozali (2018:79) menjelaskan bahwa nilai f-hitung dan f-tabel dapat dibandingkan pada tingkat signifikansi di bawah 0,05 untuk melakukan analisis ini. Jika f-hitung lebih kecil dari f-tabel dan nilai-p dari statistik f juga lebih kecil dari 0,05, maka penelitian selesai.

Tabel 5
Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.760	2	10.880	76.100 .000 ^b
	Residual	24.734	173	.143	
	Total	46.494	175		

a. Dependent Variable: Customer Loyalty (Y)
b. Predictors: (Constant), Customer Satisfaction (X2), E-Service Quality (X1)

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS Versi 26

Tujuan dari uji simultan adalah untuk memastikan apakah faktor-faktor independen secara simultan memengaruhi variabel dependen. Hasil tabel ANOVA menunjukkan pengujian ini. Jika signifikansinya kurang dari 0,05 dan nilai F yang dihitung lebih tinggi dari tabel F, maka terdapat pengaruh simultan antara variabel-variabel tersebut. Karena signifikansinya kurang dari 0,05 dan nilai F yang dihitung adalah 29,198, dapat dikatakan bahwa customer satisfaction dan e-service quality keduanya berdampak pada customer loyalty pada saat yang bersamaan.

1) Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Pendengar Radio Pinguin Di Bali

Customer loyalty di kalangan pendengar Radio Pinguin Bali dipengaruhi oleh e-service quality tertentu. Customer loyalty dapat dipengaruhi hingga 19,7% oleh e-service quality. Menurut Chase et al. (2020) dalam Riyadi et al. (2023:4), Suatu bentuk dukungan layanan internet yang lebih luas yang diberikan oleh pelaku usaha kepada pengguna (nasabah) untuk memastikan kelancaran dan efektivitas kegiatan belanja mereka dikenal sebagai e-service quality. Artinya, pengguna dapat mengakses layanan yang ada secara tidak langsung (melalui aplikasi) baik sebelum maupun setelah melakukan pembelian. Layanan yang berkualitas akan

membantu pengguna sampai semua transaksi selesai, tetapi jika pengguna mengalami kesulitan saat menggunakan aplikasi (website), kemungkinan besar mereka akan menghentikan penggunaan aplikasi (website) tersebut dan berpindah ke merek lain. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini, pelaku usaha tidak hanya fokus pada kualitas layanan secara umum, tetapi juga pada kualitas layanan elektronik (kualitas layanan e-service) mengikuti perkembangan zaman agar tetap bersaing dengan pelaku usaha lainnya.

Hasil penelitian (Novianti, 2024:129-149) menunjukkan bahwa kunci dari meningkatnya loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan elektronik dengan cara menciptakan kepuasan elektronik dan kepercayaan elektronik. Sejalan dengan hasil penelitian (Dzulkifli, 2021:795-805) Hal ini menunjukkan bahwa untuk berhasil membangun Customer loyalty terhadap barang atau jasa yang disediakan, layanan pelanggan berkualitas tinggi diperlukan untuk membuat pelanggan merasa gembira dan berdedikasi untuk memanfaatkannya.

2) Pengaruh *Customer Satisfaction* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Pendengar Radio Pinguin Di Bali

Ada pengaruh yang signifikan dari kepuasan pelanggan terhadap kesetiaan pelanggan secara terpisah di antara pendengar Radio Pinguin di Bali. Tingkat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kesetiaan pelanggan tercatat sebesar 27,1%. Kepuasan pelanggan menurut (Riyadi et al., 2023:4) didefinisikan sebagai tingkat kepuasan yang dialami oleh konsumen setelah menggunakan produk atau layanan yang mereka beli. Rasa puas ini mencakup seluruh pengalaman dari penggunaan aplikasi atau website, proses transaksi, hingga tahap setelah pembelian. Asumsi awal konsumen menjadi dasar untuk mengevaluasi semua ini. Kepuasan pelanggan akan muncul jika barang atau jasa yang diterima sesuai dengan harapan awal mereka. Bagi pelaku bisnis, kebahagiaan pelanggan sangat penting karena memberikan mereka keyakinan bahwa pelanggan akan menyukai barang dan jasa yang mereka tawarkan. Tujuan utama pelaku bisnis

adalah untuk mendapatkan keuntungan dari loyalitas pelanggan, dan hal ini berdampak pada hal tersebut. Pelanggan yang puas cenderung akan mempromosikannya kepada orang lain dan melakukan lebih banyak pembelian.

3) Pengaruh *e-Service Quality* Dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Pendengar Radio Pinguin Di Bali

Customer loyalty di kalangan pendengar Radio Pinguin Bali dipengaruhi oleh e-service quality dan tingkat customer satisfaction. Customer loyalty dapat dipengaruhi sebesar 46,8% oleh e-service quality dan customer satisfaction. Customer loyalty di kalangan pendengar Radio Pinguin Bali dipupuk oleh e-service quality dan customer satisfaction. Dengan adanya layanan elektronik yang berkualitas, para pendengar akan merasa puas karena mereka menerima produk atau layanan yang mereka inginkan serta pelayanan yang sangat memuaskan dengan cara yang efektif dan efisien. Para pendengar Pinguin dapat meminta lagu kesukaan, menyapa teman, atau mengajukan pertanyaan tentang berbagai hal sesuai kebutuhan mereka dengan mengirim pesan melalui WhatsApp Radio Pinguin.

SIMPULAN

Penelitian ini mengkaji transformasi radio tradisional ke ranah digital melalui WhatsApp sebagai e-service, serta membuktikan secara empiris bahwa kualitas layanan elektronik dan kepuasan pendengar berperan signifikan dalam membangun loyalitas audiens radio lokal di era konvergensi media.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Customer Loyalty* Pada Pendengar Radio Pinguin di Bali, dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Customer loyalty pendengar Radio Pinguin Bali secara langsung dipengaruhi oleh e-service quality. Sebesar 19,7% Customer loyalty dipengaruhi oleh variabel e-service quality.
2. Ada dampak dari *customer satisfaction* secara langsung terhadap loyalitas pelanggan di antara pendengar Radio Pinguin di Bali. Variabel *customer satisfaction* mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan hingga 27,1%.

3. Customer loyalty di antara pendengar Radio Pinguin Bali dipengaruhi oleh e-service quality dan tingkat kepuasan pelanggan. Hingga 46,8% Customer loyalty dapat dipengaruhi oleh e-service quality dan customer satisfaction.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Customer Loyalty* Pada Pendengar Radio Pinguin di Bali, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak radio Pinguin, dapat terus meningkatkan pelayanan dan kepuasan pendengar radio sehingga loyalitas pendengar radio akan semakin meningkat, misalnya dengan durasi interaksi dengan pendengar ditingkatkan, kemudian memberikan acara-acara yang berkualitas dan menyenangkan sehingga pendengar semakin loyal.
2. Kepada manajemen Radio Pinguin agar dapat memanfaatkan sarana promosi melalui media sosial yang berbayar seperti Instagram, Whatsapp, Tiktok, Facebook , X dan Tiktok, sehingga dapat meningkatkan jangkauan penyampaian informasi dan promosi produk dari para pemasang iklan dan *stakeholder*
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat menganalisis faktor lainnya yang mempengaruhi loyalitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Super Admin. (2024). *Hari Radio Nasional 2024: Mengenal Sejarah dan Peran Radio bagi Remaja di Era Digital*. Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar Dan Pendidikan Menengah Kementerian Pendidikan Dasar Dan Menengah. <https://ditsmp.kemdikbud.go.id/ragam-informasi/article/hari-radio-nasional-2024-mengenal-sejarah-dan-peran-radio-bagi-remaja-di-era-digital>
- Irfan, A. A. F. N. (2025). *Orang Indonesia Mendengarkan Radio 32 Menit Per Hari*. Goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/orang-indonesia-mendengarkan-radio-32-menit-per-hari-683xx>
- Rafli, M. (2024). *11% Gen Z Masih Setia Dengarkan Radio Setiap Hari*. Goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/11-gen-z-setia-dengarkan-radio-setiap-hari-683xx>

- z-masih-setia-dengarkan-radio-setiap-hari-UIAv6
- BPS. (2019). *Persentase Penduduk Berumur 5 Tahun ke Atas yang Mendengarkan Siaran Radio Selama Seminggu Terakhir menurut Provinsi, Tipe Daerah dan Jenis Kelamin, 2018*. Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjA3OCMx/persentase-penduduk-berumur-5-tahun-ke-atas-yang-mendengarkan-siaran-radio-selama-seminggu-terakhir-menurut-provinsi-tipe-daerah-dan-jenis-kelamin-2018.html>
- Riyadi, S. annisa, Suhud, U., & Usman, O. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty pada Pengguna Tiktok Shop. *Bisnis, Manajemen Dan Keuangan*, 4.
- Chase, C. et al. (2020) Blackwell's Five Minute Veterinary Consult : Ruminant 2nd Ed. 2nd Ed. Amerika Serikat: Wiley-Blackwell
- Christian, M., & Nuari, V. 2016. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen studi kasus: Belanja online Bhinneka.com. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 33–53.
- Dzulkifli, M. (2021). Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty, Switching Cost Sebagai Variabel Mediasi. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(4), 795–805. <https://doi.org/10.37481/sjr.v4i4.384>
- Novianti, A. H. (2024). Pengaruh e-Service Quality, Reputation, e-Trust, e-Satisfaction terhadap e-Customer Loyalty. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 20(2), 129–149. <https://doi.org/10.36451/jisip.v20i2.91>
- Dzulkifli, M. (2021). Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty, Switching Cost Sebagai Variabel Mediasi. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(4), 795–805. <https://doi.org/10.37481/sjr.v4i4.384>
- Zarkasyi, N. A., Supeni, R. I., & Sumowo, S. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek (Go-Food). *Journal of Economics, Assets, and Evaluation*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47134/jeae.v1i1.25>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Liputan6. (2025). *Fungsi Radio: Peran Penting dalam Komunikasi dan Hiburan*. Liputan6. <https://www.liputan6.com/feeds/read/5847216/fungsi-radio-peran-penting-dalam-komunikasi-dan-hiburan>