



Analisis Peranan Kinerja, Promosi, dan Pelayanan Radio RSPD 96,5 FM terhadap Kepuasan Masyarakat dalam Menyampaikan Informasi

Rini Sopiani¹, Junita Lubis², Fauziah Hanum³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu

E-mail: rinisopiani030@gmail.com¹, junitayuri@yahoo.com², fauziahhanummrp@gmail.com³

Abstract. *The aim of this research is to determine the influence of the performance, promotion and service of RSPD 96.5 FM Radio on public satisfaction in conveying information. This type of research is quantitative research. The sample used was 100 people, namely loyal listeners of RSPD Radio 96.5 FM. The research results show that performance, promotion and service have a positive and significant effect both partially and simultaneously. For the performance variable (X1), the value obtained was $t_{count} (3.541) > t_{table} 1.661$ and a significance level of $0.001 < 0.05$. This means that performance partially influences community satisfaction. For the promotion variable (X2), the value obtained is $t_{count} (2.946) > t_{table} (1.661)$ and the significance level is $0.001 < 0.05$. This means that promotion partially influences public satisfaction. For service (X3), the value obtained is $t_{count} (4.722) > t_{table} (1.661)$ and the significance level is $0.000 < 0.05$. This means that service partially influences community satisfaction. The coefficient of determination test results obtained a value of 0.725. This value means that public satisfaction can be explained by performance, promotion and service by 72.5%. Meanwhile, the remaining 27.5% was influenced by other variables not examined in this research.*

Keywords: *Performance, Promotion, Service, Community Satisfaction*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kinerja, promosi dan pelayanan Radio RSPD 96,5 FM terhadap kepuasan masyarakat dalam menyampaikan informasi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang yaitu para pendengar setia Radio RSPD 96,5 FM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja, promosi dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan. Untuk variabel kinerja (X₁), diperoleh nilai $t_{hitung} (3,541) > t_{tabel} 1,661$ dan taraf signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial kinerja berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Untuk variabel promosi (X₂), diperoleh nilai $t_{hitung} (2,946) > t_{tabel} (1,661)$ dan taraf signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial promosi berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Untuk pelayanan (X₃), diperoleh nilai $t_{hitung} (4.722) > t_{tabel} (1,661)$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Hasil uji koefisien determinasi di dapat nilai sebesar sebesar 0,725. Nilai ini berarti bahwa Kepuasan masyarakat mampu dijelaskan oleh kinerja, promosi dan layanan sebesar 72,5%. Sedangkan sisanya sebesar 27,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kinerja, Promosi, Pelayanan, Kepuasan Masyarakat

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya media massa pada saat ini memberikan kemudahan dan banyak akses masyarakat dalam memilih media mana yang mereka sukai. Salah satu media massa konvensional yang masih bertahan di era digitalisasi saat ini adalah radio FM. Persaingan semakin ketat dengan adanya media digital yang dapat kita akses melalui internet dan sebagainya. Radio telah mengalami perkembangan serta berbagai hambatan telah dilalui. Pada awalnya radio dikenal

dengan sinyal pada siaran radio ditransmisikan melalui gelombang data baik melalui modulasi amplitude (AM) maupun Modulasi Frekuensi. Pada awal mulanya radio digunakan oleh para maritim, yang menggunakan radio untuk mengirimkan pesan telegraf menggunakan kode Morse antara kapal dan darat.

Seiring perkembangan zaman dan teknologi radio sudah mulai berkembang menjadi lebih bagus mengikuti gaya hidup masyarakat kota maupun masyarakat pedesaan. Radio adalah salah satu media massa elektronik yang tertua dan menjadi bagian penting dalam perjalanan sejarah perkembangan komunikasi media baru dengan karakter yang berbeda tidak membuat radio menjadi ketinggalan. Radio masih memiliki banyak peminat hingga saat ini.

Salah satu media massa yang diminati masyarakat Kabupaten Labuhanbatu dan masih beroperasi hingga saat ini adalah Radio RSPD 96,5 FM. Radio RSPS 96,5 FM merupakan media yang memiliki peran untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Bahkan saat ini radio berfungsi sebagai wadah media dalam bentuk komunikasi, ekspresi, pendidikan maupun hiburan. Dalam penelitian ini untuk melihat kepuasan masyarakat dalam penyampaian informasi Radio RSPD 96,5 FM maka faktor yang memengaruhinya adalah peran kinerja, promosi dan pelayanan.

Peran Kinerja adalah hasil kerja karyawan dilihat dari aspek kualitas, kuantitas, waktu kerja, dan kerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi. Sedangkan Menurut Mangkunegara dalam (Pratama, 2020) Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja Radio RSPD berdasarkan hasil wawancara pada salah satu pendengar setia Radio RSPD 96,5 FM bahwasannya kinerja karyawan sudah baik namun terkadang ada kendala yang terjadi di saat siaran, seperti jadwal siaran yang tertunda beberapa menit dari jadwal yang sudah ditetapkan.

Selain kinerja yang mempengaruhi kepuasan masyarakat adalah promosi, menurut *American Marketing Association* dalam (Tjiptono & Chandra, 2020) Promosi penjualan adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai bagi para pelanggan, serta mengelola relasi pelanggan sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat bagi suatu organisasi. Berdasarkan hasil wawancara pada salah satu pendengar setia radio RSPD 96,5 FM bahwasannya masih kurangnya peminat untuk memasang iklan pada radio tersebut. Permasalahan ini tentunya sangat berkaitan dengan permasalahan promosi atau

memperkenalkan radio tersebut kepada pengguna jasa radio, untuk dijadikan, sebagai konsumen pengiklan. Permasalahan ini akan sangat berkaitan dengan bagaimana Strategi Promosi Dalam Meningkatkan kepuasan Masyarakat Untuk memasang Iklan Di Radio RSPD 96,5 FM. Artinya diperlukan strategi promosi yang tepat untuk menjual radio tersebut ke masyarakat termasuk juga perlu ditingkatkan lagi strategi promosinya.

Pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan masyarakat dalam menyampaikan informasi. Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. (Al Arif, 2015) Mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan. Dalam hal ini pelayanan yang diberikan Radio RSPD 96,5 FM masih dikatakan belum optimal dalam penyampaian informasi dikarenakan pelayanan yang lambat sehingga informasi yang didapat terkadang sudah ketinggalan. Permasalahan tersebut menjadi alasan mendasar peneliti ingin mendalami melalui tahapan penelitian secara ilmiah berkaitan dengan bidang ilmu pemasaran.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Watak et al., 2018) hasil penelitian menunjukkan bahwa pentingnya sebuah promosi melalui iklan radio, iklan baris di Koran serta brosur, dan pamflet, poster. Serta kelebihan dan keunggulan radio menjadi bentuk komunikasi yang digunakan untuk menarik perhatian masyarakat kelemahan dari radio suara mitra tidak disampaikan oleh radio karena akan berpengaruh terhadap pada kurangnya minat masyarakat serta jangkauan yang sangat luas menjadi peluang atau kesempatan radio suara mitra ratahan. Untuk ancaman sendiri radio sudah mengantisipasi hal tersebut dengan memberikan pelayanan serta harga yang bisa di negosiasi bersama. Hambatan meningkatkan minat masyarakat untuk memasang iklan di radio adalah lebih kepada permasalahan dan juga belum adanya bagian sesuai latar belakang manajemen khusus yang menangani pemasaran iklan. Penelitian yang dilakukan oleh (Rohaeni & Marwa, 2018) Hasil penelitian terdapat hubungan yang kuat antara pelayanan dan kepuasan pelanggan, berdasarkan perhitungan determinasi yang penulis teliti, diperoleh hasilnya yaitu varian yang

terjadi pada variabel kepuasan pelanggan 54,5% ditentukan oleh varian yang terjadi pada variabel pelayanan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh kinerja, promosi dan pelayanan terhadap kepuasan masyarakat dalam menyampaikan informasi pada Radio RSPD 96,5 FM. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kinerja, promosi dan pelayanan terhadap kepuasan masyarakat dalam menyampaikan informasi pada Radio RSPD 96,5 FM baik secara parsial maupun simultan.

TINJAUAN PUSTAKA

Peran Kinerja

Kinerja adalah hasil dari suatu proses yang mengacu dan diukur selama periode waktu tertentu berdasarkan ketentuan atau kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut Sutrisno dalam (Wijayanti, 2022) Kinerja adalah hasil kerja karyawan dilihat dari aspek kualitas, kuantitas, waktu kerja, dan kerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi. Sedangkan Menurut Mangkunegara dalam (Pratama, 2020) Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan yang kuat dengan tujuan strategis organisasi,keuasan konsumen,dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut (Simanjuntak & Hamali, 2016) Kinerja merupakan perilaku nyata yang di tampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan pertanyaan dalam perusahaan. Sedangkan menurut Zainal dalam (Hidayat, 2021) Kinerja merupakan perilaku nyata yang di tampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan pertanyaan dalam perusahaan. Kinerja karyawan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam upaya perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Menurut Sedarmayanti dalam (Kurniati & Kusumayadi, 2022) ada beberapa syarat indikator kinerja, yaitu sebagai berikut: 1) Spesifikasi dan jelas, sehingga dapat dipahami dan tidak ada kemungkinan kesalahan interpretasi. 2) Dapat diukur secara obyektif, baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif, yaitu: dua atau lebih yang mengukur indikator kinerja mempunyai kesimpulan sama. 3) Relevan, harus melalui aspek obyektif yang relevan. 4) Dapat dicapai, penting

dan harus berguna untuk menunjukkan keberhasilan input, output, hasil, manfaat, dan dampak serta proses. 5) Harus fleksibel dan sensitif terhadap perubahan/penyesuaian, pelaksanaan dan hasil pelaksanaan kegiatan.

Promosi

Menurut *American Marketing Association* dalam (Tjiptono & Chandra, 2020) Promosi penjualan adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai bagi para pelanggan, serta mengelola relasi pelanggan sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat bagi suatu organisasi. Sedangkan menurut Tjiptono dalam (Tiani & Lathifah, 2021) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Hamdani dalam Sunyoto dalam (Wayan Cipta et al., n.d.) Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan sebuah produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan calon konsumen. Sedangkan menurut (Kumala, 2019) mengemukakan bahwa ada 3 tujuan utama promosi yakni: 1. Menginformasikan (*informing*) 2. Membujuk (*persuading*) 3. Mengingat (remending)”

Menurut Kotler dan Keller dalam (Rachmadi et al., 2021) indikator-indikator promosi diantaranya adalah: 1) Pesan Promosi Merupakan tolak ukur seberapa baik pesan promosi dilakukan dan disampaikan kepada pasar. 2) Media Promosi Adalah media yang digunakan oleh perusahaan dalam melaksanakan promosi. 3) Waktu Promosi, 4) Merupakan lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

Pelayanan

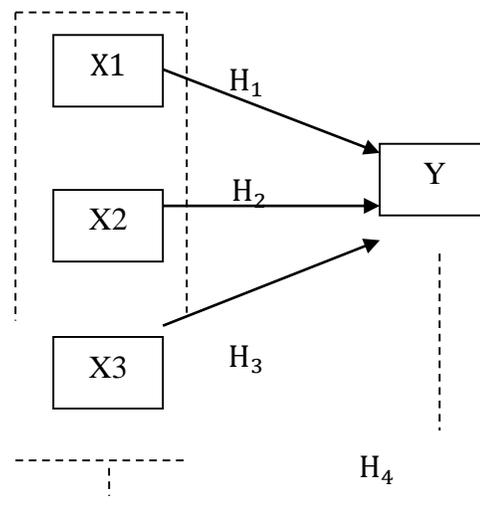
Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. (Al Arif, 2015) Mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan.

Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan. menurut Moenir dalam (Ariella, 2021) pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu merupakan proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh organisasi dalam masyarakat.

(Nurhayati & Nurhalimah, 2019) pelayanan erat kaitannya dengan menciptakan keuntungan perusahaan semakin berkualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen maka kepuasan yang dirasakan konsumen akan semakin tinggi. Indikator pelayanan menurut (Zeithaml et al., 2015) adalah 1) Bukti langsung (Tangibles), yang meliputi fasilitas fisik, pegawai, perlengkapan dan sarana komunikasi, 2) Daya tanggap (Responsiveness), suatu karakteristik kecocokan dalam pelayanan manusia, yaitu keinginan staf untuk membantu, 3) Keandalan (Reliability), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang menjajikan dengan segera dan memuaskan, 4) Jaminan (Assurance), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.

Kerangka Konseptual

Maka kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber : (Hadi & Al-Farisi, 2016)

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara yang kebenarannya akan diuji, dalam hal ini dugaan yang dibuat dan ditetapkan oleh peneliti yang kemudian akan dibuktikan kebenarannya yang mana jika hipotesis penelitian benar maka akan dapat diterima dan sebaliknya jika hipotesis penelitian salah atau tidak benar maka akan dapat ditolak. Dalam penelitian ini maka yang akan menjadi hipotesis adalah sebagai berikut:

H₁ Kinerja berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat.

H₂ Promosi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat.

H₃ Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat.

H₄ Kinerja, promosi, dan pelayanan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut (Reventiary, 2016) Kuantitatif yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada pemikiran positif yang benar-benar terjadi atau realitas, yang diperlukan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menetapkan perlengkapan penelitian, analisis data yang berkarakter kuantitatif atau statistik, yang bertujuan agar dapat mengevaluasi hipotesis yang telah ditentukan. Sedangkan menurut (Indrasari, 2017) penelitian kuantitatif juga membutuhkan hipotesis dan pengujian setelah menetapkan tahapan-tahapan selanjutnya, yaitu berupa penentu teknik analisis dan formula statistik yang akan digunakan.

Populasi adalah sekumpulan data yang mencakup atas obyek/subjek yang memiliki nilai dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk menganalisis dan langsung ditarik kesimpulannya menurut (Reventiary, 2016). Populasi dalam penelitian ini pendengar setia Radio RSPD 96,5 FM. Dalam penelitian ini populasi tidak diketahui dan untuk mendapatkan sampel ini Menurut (Ul'fah Hernaeny, 2021) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan pendapat Slovin, dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan: n = Jumlah sampel

N = ukuran populasi

$e = \text{standart eror (5\%)}$

maka,

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

$$n = 125 / (1 + (125)(5\%)^2)$$

$$n = 125 / 1,25$$

$$n = 100$$

Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 orang. Dengan tingkat standar eror sebanyak 5%. Maka dari itu, semua responden merupakan pendengar setia Radio RSPD 96,5 FM.

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Sumber data primer merupakan suatu data yang diperoleh peneliti secara langsung melalui wawancara kepada narasumber pertama. Dan sumber data sekunder merupakan suatu data yang diperoleh peneliti dalam bentuk dokumen-dokumen dan juga jurnal-jurnal sebagai referensi.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif, analisis data kuantitatif deskriptif dilakukan ketika kita melihat performa data di masa lalu untuk memperoleh suatu kesimpulan. Analisis data kuantitatif ini digunakan ketika kita berhadapan dengan data dalam volume yang sangat besar, serta menafsirkan data-data dengan cara memperoleh dari responden dengan mengumpulkan, menyusun dan mengklarifikasi data tersebut.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal Ghazali dalam (Ayuwardani, 2018). Dengan demikian penelitian ini memerlukan uji one sample kolmogorov-smirnov dengan menentukan tingkat signifikansi 0,05. Maka faktanya dapat menyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali dalam (Ayuwardani, 2018) uji multikolinearitas digunakan untuk melihat dan mengetahui apakah antar variabel independen terdapat korelasi didalam model regresi. Didalam sebuah penelitian yang baik seharusnya tidak boleh terdapat multikolinearitas. Untuk dapat mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat diuji dengan melihat nilai *tolerance*

dan varian *factor* (VIF), jika nilai $VIF \leq 0,10$ dan nilai $VIF \geq 10$ maka didalam penelitian ini terdapat multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Ghozali dalam (Ayuwardani, 2018) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk dapat menguji dan melihat apakah dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain terdapat perbedaan varian residual. Untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas ini dapat dilakukan pengamatan dengan memperhatikan bentuk gelombang, melebar dan menyempit, jika hal tersebut terjadi maka dalam penelitian terdapat heteroskedastisitas dan begitu pula sebaliknya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda dilakukan bertujuan untuk menemukan hasil variabel independen atau variabel terikat yang mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen atau variabel bebas. Maka dalam hal ini akan dituliskan bentuk dari persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = kepuasan masyarakat

X_1 = Peran kinerja

X_2 = Promosi

X_3 = Pelayanan

e = Standar Error

b_1, b_2, b_3 = Koefesien Regresi

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) disebut juga sebagai uji signifikan individual dimana uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Uji t dalam penelitian ini dilakukan dengan program *SPSS*. Menggunakan tingkat signifikansi 0,05.

Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk menguji apakah setiap variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Pengujian membandingkan f hitung dengan f tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)
2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh)

Koefisien Determinasi

Dalam secara umum, koefisien determinasi digunakan untuk dapat mengukur seberapa besar persentase sumbangan dari variabel bebas. Semakin besar nilai R^2 maka semakin baik pula kemampuan variabel X menerangkan variabel Y dimana $0 < R^2 < 1$. Kemudian jika nilai R^2 semakin kecil maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y relatif kecil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Berikut ini merupakan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov Test*:

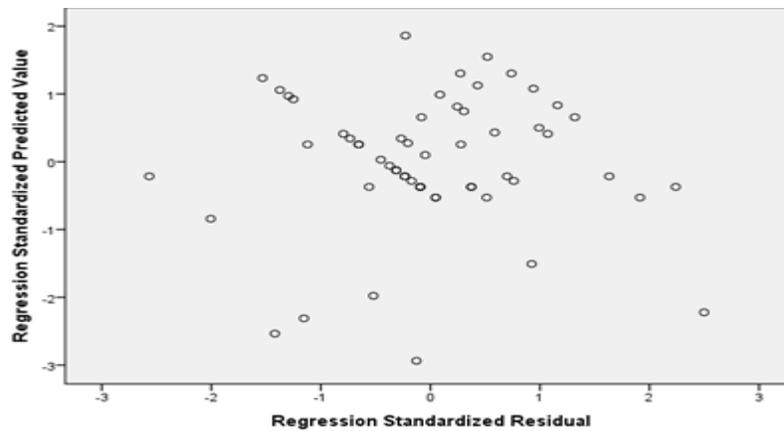
Tabel 1. Uji Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.1056833345
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,073
	Negative	-,063
Kolmogorov-Smirnov Z		,542
Asymp. Sig. (2-tailed)		,763

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa *Asymp. Sig. (2 tailed)* adalah 0,763 dan di atas nilai signifikan (0,05), dengan demikian variabel residual berdistribusi normal.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas tidak akan terjadi apabila tidak satupun variabel independennya signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat nilai *absolute* (abs). Jika probabilitas signifikannya di atas tingkat kepercayaan 5% dapat disimpulkan model regresi tidak mengarah adanya heteroskedastisitas. Berikut ini grafik heteroskedastisitas pada gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2. Grafik Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Dengan analisis grafik, suatu model regresi dianggap tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Maka pada gambar 1 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 2. hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Peran kinerja	.670	2.936
Promosi	.566	2.887
Pelayanan	.892	2.942

Sumber: Data di olah, 2023

Dari Tabel 2 memperlihatkan bahwa nilai VIF peran kinerja (X_1) sebesar 2,936, promosi (X_2) sebesar 2,887, dan pelayanan (X_3) sebesar 2,942 < 10 maka tidak terjadi Multikolinieritas. Dari nilai *Tolerance* VIF peran kinerja (X_1) sebesar 0,670, promosi (X_2) sebesar 0,566, dan pelayanan (X_3) sebesar 0,892 $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	52.976	6.924
1 Kinerja	.349	.166
Promosi	.671	.158
Layanan	.921	.150

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Dari nilai tersebut dapat dibentuk suatu model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 52,976 + 0,349X_1 + 0,671X_2 + 0,921 + e$$

Berdasarkan Tabel 3 jika dilihat nilai B pada kolom *Unstandardized Coefficients* maka dapat diketahui nilai koefisien masing-masing variabel. Konstanta (a) = 52,976. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika variabel kinerja, promosi dan pelayanan tidak ada (bernilai nol), maka kepuasan masyarakat sebesar 52,976. koefisien X_1 (b_1) = 0,349. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika kinerja meningkat sebesar satu satuan, maka kepuasan masyarakat akan meningkat sebesar 0,349, koefisien X_2 (b_2) = 0,671. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika promosi meningkat sebesar satu satuan, maka kepuasan masyarakat akan meningkat sebesar 0,671, dan koefisien X_3 (b_3) = 0,921. Nilai ini mempunyai arti bahwa jika pelayanan meningkat sebesar satu satuan, maka kepuasan masyarakat akan meningkat sebesar 0,921.

Hasil Uji t

Tabel 4. Hasil Uji t

Variabel	T	Sig
Kinerja	3.541	.001
Promosi	2.946	.001
Pelayanan	4.722	.000

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Untuk variabel kinerja (X_1), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 3,541 dengan taraf signifikansi 0,001. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} (3,541) > t_{tabel} 1,661) dan taraf signifikansi 0,001 < 0,05. Hal ini berarti bahwa secara parsial kinerja berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima. Untuk variabel promosi (X_2), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 2,946 dan taraf signifikansi 0,001. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ,

maka $t_{hitung} (2,946) > t_{tabel} (1,661)$ dan taraf signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial promosi berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat, dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima, Untuk pelayanan (X_3), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 4.722 dan taraf signifikansi 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka $t_{hitung} (4.722) > t_{tabel} (1,661)$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat, dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima.

Hasil Uji F

Tabel 5. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	156.051	3	28.922	46.863	.000 ^b
Residual	49.720	96	2.132		
Total	205.771	99			

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah SPSS), 2023

Berdasarkan Tabel 5 diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 46,863 dan nilai Sig 0,000. Sedangkan nilai F_{tabel} yang digunakan adalah nilai distribusi F dengan derajat kebebasan $df_1 = (k-1) = (4-1) = (3)$ dan $df_2 = (n-k) = (96)$ pada $\alpha = 0,05$ yaitu 2,70. Selanjutnya nilai F_{hitung} dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , maka diperoleh $F_{hitung} (48,863) > F_{tabel} (2,70)$ dan taraf signifikansi $0,00 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja, promosi dan layanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pada Radio RSPD 96,5 FM . Dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima.

Hasil uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.654 ^a	.675	.725	1.549

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah SPSS), 2023

Besarnya koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,725. Nilai ini berarti bahwa Kepuasan masyarakat mampu dijelaskan oleh kinerja, promosi dan layanan sebesar 72,5%. Sedangkan sisanya sebesar 27,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Untuk variabel kinerja (X_1), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 3,541 dengan taraf signifikansi 0,001. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka $t_{hitung} (3,541) > t_{tabel} (1,661)$ dan taraf signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial kinerja berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima. Untuk variabel promosi (X_2), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 2,946 dan taraf signifikansi 0,001. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka $t_{hitung} (2,946) > t_{tabel} (1,661)$ dan taraf signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial promosi berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat, dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima. Untuk pelayanan (X_3), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 4.722 dan taraf signifikansi 0,000. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka $t_{hitung} (4.722) > t_{tabel} (1,661)$ dan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat, dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima. kinerja, promosi dan layanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pada Radio RSPD 96,5 FM. Dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 46,863 dan nilai *Sig* 0,000. Sedangkan nilai F_{tabel} yang digunakan adalah nilai distribusi F dengan derajat kebebasan $df_1 = (k-1) = (4-1) = (3)$ dan $df_2 = (n-k) = (96)$ pada $\alpha = 0,05$ yaitu 2,70. Selanjutnya nilai F_{hitung} dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , maka diperoleh $F_{hitung} (48,863) > F_{tabel} (2,70)$ dan taraf signifikansi $0,00 < 0,05$.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Watak et al., 2018) hasil penelitian menunjukkan bahwa pentingnya sebuah promosi melalui iklan radio, iklan baris di Koran serta brosur, dan pamflet, poster. Serta kelebihan dan keunggulan radio menjadi bentuk komunikasi yang digunakan untuk menarik perhatian masyarakat kelemahan dari radio suara mitra tidak disampaikan oleh radio karena akan berpengaruh terhadap pada kurangnya minat masyarakat serta jangkauan yang sangat luas menjadi peluang atau kesempatan radio suara mitra ratahan. Untuk ancaman sendiri radio sudah mengantisipasi hal tersebut dengan memberikan pelayanan serta harga yang bisa di negosiasi bersama. Hambatan meningkatkan minat masyarakat untuk memasang iklan di radio adalah lebih kepada permasalahan dan juga belum adanya bagian sesuai latar belakang manajemen khusus yang menangani pemasaran iklan. Penelitian yang dilakukan oleh (Rohaeni & Marwa, 2018) Hasil penelitian terdapat hubungan yang kuat antara pelayanan dan kepuasan pelanggan, berdasarkan perhitungan determinasi yang penulis teliti, diperoleh

hasilnya yaitu varian yang terjadi pada variabel kepuasan pelanggan 54,5% ditentukan oleh varian yang terjadi pada variabel pelayanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis kinerja, promosi dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat baik secara simultan maupun parsial. Dilihat dari hasil Besarnya koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,725. Nilai ini berarti bahwa Kepuasan masyarakat mampu dijelaskan oleh kinerja, promosi dan layanan sebesar 72,5%. Sedangkan sisanya sebesar 27,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. N. R. (2015). *Pengantar Ekonomi Syariah: teori dan praktik*/M. Nur Rianto Al Arif.
- Ariella, A. (2021). *KUALITAS PELAYANAN PEMBUATAN SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN DI DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN MURUNG RAYA*. Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Ayuwardani. (2018). PENGARUH INFORMASI KEUANGAN DAN NON KEUANGAN TERHADAP UNDERPRICING HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING (Studi Empiris Perusahaan Go Public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015) *THE. Nominal, VII*(1), 1–16.
- Hadi, S. N., & Al-Farisi, S. (2016). Analisis Pengaruh Cita Rasa , Label Halal , dan Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Beli Konsumen pada Produk Olahan Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur. *Ekonomi Islam, 15*, 1–12.
- Hidayat, R. (2021). Pengaruh motivasi, kompetensi dan disiplin kerja terhadap kinerja. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen, 5*(1), 16–23.
- Indrasari. (2017). PENGARUH CITA RASA, NILAI GIZI DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA YES DELIVERY DI PLOSOKANDANG TULUNGAGUNG. *Ekonomi-Manajemen, 01*(07), 2–12.
- Kumala, R. (2019). Analisis efektifitas pajak reklame dalam meningkatkan penerimaan pajak daerah di kota bekasi. *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani, 6*(1), 38–41.
- Kurniati, E., & Kusumayadi, F. (2022). PENGARUH AMBIGUITAS PERAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS KOPERASI USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) KABUPATEN BIMA. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi, 2*(2), 110–117.
- Nurhayati, A., & Nurhalimah, N. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 6*(2), 1–5.
- Pratama, A. (2020). Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada

- PT Pos Indonesia DC Ciputat. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 146–158.
- Rachmadi, A., Indriyani, S., & Hasbullah, H. (2021). PENGARUH BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP CITRA MERK MINYAK GORENG SANIA PADA PT. SARI AGROTAMA PERSADA. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(2), 100–108.
- Reventiary, M. P. A. (2016). PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CUSTOMADE (STUDI di MEREK DAGANG CUSTOMADE INDONESIA). *Manajemen*, 6, 1–10.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318.
- Simanjuntak, B., & Hamali, A. Y. (2016). *Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai pada PT. Bank BNI 1946 (Persero) Tbk. Kantor Cabang Asia Afrika Bandung*.
- Tiani, R., & Lathifah, A. (2021). Pelatihan Promosi Digital Bagi Masyarakat Desa Wisata Teras Gunung Kabupaten Ungaran. *Harmoni: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 101–105.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). Pemasaran Strategik Domain, Determinan, Dinamika. pdf. Penerbit Andi.
- Ul'fah Hernaeny, M. P. (2021). Populasi Dan Sampel. *Pengantar Statistika*, 1, 33.
- Watak, A. V., Rondonuwu, S., & Kalesaran, E. (2018). Strategi Promosi Pt. Radio Suara Mitra 92, 8 Fm Ratahan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Memasang Iklan. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 7(3).
- Wayan Cipta, M. M., Putra, A. A. N. D., & Indrayani, L. (n.d.). Pengaruh Biaya Promotion Mix Terhadap Nilai Penjualan Jasa Hotel Pada Adirama Hotel Lovina. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1), 5259.
- Wijayanti, U. D. (2022). *Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Sidoarjo*. UPN Veteran Jawa Timur.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21, 1–12.