



**BAB 5**  
**SIMPULAN DAN SARAN**

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Sikap pendengar aktif terhadap Radio Suara Surabaya FM sebagian besar adalah positif.
- b. Sikap pendengar tidak aktif terhadap Radio Suara Surabaya FM sebagian besar adalah netral.
- c. Hipotesis yang diajukan bahwa diduga ada perbedaan yang nyata antara sikap pendengar aktif dengan yang tidak aktif terhadap Radio Suara Surabaya FM, telah terbukti.

#### 5.2. Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

- a. Pihak manajemen perlu menjaga agar sikap pendengar aktif terhadap Radio Suara Surabaya selalu positif dan bila perlu dapat ditingkatkan menjadi sangat positif, pertama melalui *professionalism and skills* karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik Radio Suara Surabaya FM, kedua melalui perhatian terhadap pendengar dan berusaha membantu kebutuhan dan keinginan pendengar secara spontan dan senang hati, ketiga melalui pemberian kemudahan kepada pendengar untuk melakukan kontak dengan

karyawan atau akses atas layanan Radio Suara Surabaya FM, setiap waktu sesuai dengan permintaan dan keinginan pendengar, keempat Radio Suara Surabaya FM harus dapat dipercaya dan selalu berusaha menjaga kepercayaan pendengar, kelima bila terjadi kesalahan manajemen Radio Suara Surabaya harus segera melakukan klarifikasi, dan bila perlu meminta maaf bila ada pihak yang merasa dirugikan, keenam Radio Suara Surabaya FM harus tetap menjaga reputasi dan kredibilitasnya secara baik.

- b. Untuk pendengar tidak aktif yang sebagian besar bersikap netral terhadap Radio Suara Surabaya FM, juga sebaiknya diperbaiki misalnya dengan mengakomodasi kepentingan dan harapan pendengar semacam ini menjadi lebih baik, sehingga sikap mereka berangsur-angsur menjadi lebih positif terhadap Radio Suara Surabaya FM.



## **DAFTAR KEPUSTAKAAN**

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arikunto. S. 1993. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bina Aksara.
- Arnould. E. L. Price. G. M. Zinkhan. 2001. *Consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Assael. H. 1993. *Marketing: Principles and Strategy* (2<sup>nd</sup>.Ed). New York: The Dryden Press.
- Engel. J. F. R. D. Blackwell dan P. W. Miniard. 1995. *Consumer Behavior*. (Eight Edition). International Edition. New York: The Dryden Press.
- Kotler. P. 1997. *Marketing Management: Analysis. Planning. Implementation. and Control*. 9<sup>th</sup> edition. New Jersey: Prentice Hall International. Inc.
- Loudon. dan D. Bitta. 1993. *Consumer Behavior*. Fourth Edition. Singapura: McGraw Hill Book Company.
- Simamora. H. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun. M. dan S. Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Cetakan kedua. Jakarta: LP3ES.
- Porter. M. 1994. *Strategi Bersaing*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Pride. W. M. dan O. C. Ferrell. 1995. *Pemasaran. Teori dan Praktek Sehari-Hari*. Jilid I. Edisi 7. Jakarta: Binarupa Aksara.