

## ABSTRAK

Latar belakang yang dapat diungkapkan berkaitan dengan pengambilan judul yang menekankan pada layanan dikaitkan dengan kepuasan pemirsa adalah peranan dari kepuasan terhadap keberadaan stasiun televisi. Kepuasan merupakan tali pengikat yang mampu mengikat konsumen terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Jika produk yang ditawarkan tidak mampu menyentuh kepuasan konsumen maka konsumen akan beralih ke stasiun televisi lainnya. Memang terasa berbeda pengukuran loyalitas konsumen perusahaan jasa pada umumnya seperti perusahaan jasa angkutan dengan perusahaan jasa yang bergerak dalam program siaran televisi. Jika pada perusahaan jasa umumnya maka loyalitas dapat dikenali melalui konsumen bersangkutan terus memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan dan tidak memanfaatkan jasa yang disajikan perusahaan lain. Dalam penelitian layanan stasiun televisi membutuhkan penelitian langsung kepada pemirsa.

Variabel yang digunakan dalam penelitian terdiri dari variabel bebas yang meliputi tangibles ( $X_1$ ), reliability ( $X_2$ ), responsiveness ( $X_3$ ), assurance ( $X_4$ ), dan empathy ( $X_5$ ) sedangkan variabel terikat adalah kepuasan pemirsa pada stasiun televisi JTV ( $Y$ ). Populasi dalam penelitian ini adalah pemirsa di Surabaya Timur. Penetapan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling dengan mengambil sampel penelitian sebanyak 125 responden. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan membuat persamaan garis linier berganda. Pengujian hipotesa yang dilakukan adalah uji F dan uji t.

Berdasarkan hasil uji F dapat dinyatakan bahwa variabel-variabel kualitas layanan yaitu tangibles ( $X_1$ ), reliability ( $X_2$ ), responsiveness ( $X_3$ ), assurance ( $X_4$ ), dan empathy ( $X_5$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pemirsa. Berdasarkan hal tersebut, dapat diambil suatu kesimpulan bahwa hipotesa penulis yang menyatakan bahwa responsiveness diduga berpengaruh dominan terhadap variabel terikat adalah tidak terbukti kebenaran. Yang berpengaruh dominan adalah variabel empathy karena responden lebih memperhatikan hubungan stasiun JTV dengan masyarakat luas. Sedangkan variabel lain yang paling tidak dominan adalah variabel tangibles karena menurut responden, penerimaan responden terhadap gambar, suara dan program acara kurang menarik.