

## ABSTRAK

Konsep loyalitas umumnya digunakan pada bidang pemasaran di suatu organisasi atau perusahaan. Namun, saat ini tidak menutup kemungkinan untuk dapat digunakan pada pengguna suatu lembaga informasi seperti radio. Salah satu stasiun radio yaitu Radio Suara Surabaya, memiliki program acara yaitu “kelana kota” yang merupakan *core* dari radio tersebut. Pendengar dapat ikut berpartisipasi dalam program acara radio tersebut dengan berinteraksi melalui telepon untuk melakukan *information sharing* (berbagi informasi). Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan loyalitas pengguna (pendengar aktif) Radio Suara Surabaya dalam melakukan *information sharing* (berbagi informasi). Penelitian ini merujuk pada dimensi loyalitas pengguna yang dikemukakan oleh Baloglu (2002) yaitu *attitude* (sikap) yang terdiri dari *trust*, *commitment*, dan *switching cost*. Selain itu juga *behavior* (perilaku) yang terdiri dari *proportion and time spent*, *word of mouth*, dan *cooperation*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *nonrandom sampling* dengan *purposive sampling*. Responden merupakan pendengar aktif Radio Suara Surabaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan sikap dan perilaku dari pendengar dapat menggambarkan loyalitas mereka. Berdasarkan pada *loyalty levels*, pendengar dapat dikategorikan pada *latent loyalty*.

Kata kunci : loyalitas pengguna, dimensi loyalitas pengguna, berbagi informasi, pendengar.