

## ABSTRAK

Radio Trax FM Semarang adalah salah satu radio yang cukup terkenal di kota Semarang, khususnya di kalangan anak muda. Namun, radio Trax FM Semarang mengalami penurunan jumlah pendengar selama tujuh tahun berturut-turut, yaitu dari tahun 2009 sampai tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial, *word of mouth*, terhadap loyalitas pendengar dan *brand awareness* sebagai variabel intervening.

Penelitian ini menggunakan 4 variabel, yaitu media sosial, *word of mouth*, *brand awareness*, dan loyalitas pendengar. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dari program AMOS 22.0.

Hasil penelitian membuktikan bahwa untuk meningkatkan loyalitas pendengar radio Trax FM Semarang dapat melalui 2 proses. Namun, proses yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pendengar adalah dengan media sosial yang mempengaruhi *brand awareness* sebagai salah satu penentu keberhasilan dalam meningkatkan loyalitas pendengar.

Kata kunci: *media sosial, word of mouth, brand awareness, loyalitas pendengar.*