

dimana k adalah jumlah peubah indikator yang mengukur peubah laten ke- j , λ_{ij} adalah koefisien jalur peubah indikator ke- i mengukur peubah laten ke- j dan $v(\delta)_i$ adalah galat pengukuran peubah indikator ke- i .

BAHAN DAN METODE

Bahan

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui survey Tingkat Kepuasan Pelanggan pada tanggal 14 Agustus 2006 sampai 29 Agustus 2006. Kuesioner yang digunakan telah diuji validitas dan reliabilitasnya oleh perusahaan *Marketing Research* di Jakarta. Responden pada penelitian ini adalah Usaha Kecil Menengah (UKM) berbasis tepung terigu yang pemakaiannya minimal satu sack per hari di kota dan kabupaten Bogor. Jumlah contoh sebesar 80 responden. Hair *et al.* (1998) menyarankan bahwa ukuran contoh minimum sebanyak 5 observasi untuk setiap peubah indikator.

Tabel 1 Peubah laten dan peubah indikator

| Peubah Laten | Peubah Indikator |
|---------------------------------|--|
| Kualitas Produk (ξ_1) | Kualitas hasil akhir (KUAL HSL) |
| | Aroma tepung (AROMA) |
| | Kecocokan dengan jenis makanan yang dibuat (COCOK) |
| | Bersih (higienis) (BERSIH) |
| Kepopuleran Merek (ξ_2) | Kepopuleran merek Bogasari (MERK POP) |
| Kualitas Kemasan (ξ_3) | Kualitas kemasan secara keseluruhan (KEMASAN) |
| Harga (ξ_4) | Harga dibandingkan dengan kualitas produk (HAR KUAL) |
| | Harga tepung terigu (HAR TEP) |
| Ketersediaan Produk (ξ_5) | Mudah didapat (MUDAH) |
| | Ketersediaan tepung terigu (SEDIA) |
| Kualitas Pelayanan (ξ_6) | Kesopanan dan keramahan <i>frontliner</i> bogasari (SOPAN) |
| | Tanggapan terhadap keluhan (TANG KEL) |
| | Penguasaan produk dan pembuatan produk (BUAT PRO) |
| Kepuasan (η) | Kepuasan secara keseluruhan (PUAS) |
| | Loyalitas (LOYAL) |
| | Rekomendasi produk (REKOM) |

Metode

Tahap-tahap analisis pada penelitian ini adalah:

1. Penyusunan kuesioner berdasarkan peubah laten dan peubah indikator yang akan diteliti (Tabel 1).
2. Pemilihan responden dilakukan dengan cara *snowball sampling* dimana peneliti hanya mengetahui satu atau dua orang yang bisa dijadikan contoh dan meminta kepada contoh pertama untuk menunjukan orang lain yang kira-kira bisa dijadikan contoh. Teknik penarikan contoh ini banyak dipakai ketika peneliti tidak banyak tahu tentang populasi penelitiannya (Kitchenham dan Pflieger 2002).
3. Melakukan pengumpulan data.
4. Mengeksplorasi peubah-peubah yang diamati menggunakan statistika deskriptif.
5. Menganalisis data menggunakan program LISREL yang merupakan program statistik khusus untuk Model Persamaan Struktural dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Penyusunan spesifikasi Model Persamaan Struktural berdasarkan kerangka pemikiran teoritis. Dalam penelitian ini, model teoritis yang digunakan untuk menggambarkan hubungan kausalitas antara tingkat kepuasan pelanggan dengan peubah laten dan peubah indikator disajikan sebagai berikut:
 - 1) Hubungan struktural antar peubah laten adalah sebagai berikut:

$$[\eta] = [\gamma_{11} \cdots \gamma_{16}] \begin{bmatrix} \xi_1 \\ \vdots \\ \xi_6 \end{bmatrix} + [\zeta_1]$$

- 2) Model persamaan pengukuran adalah sebagai berikut:

$$\begin{bmatrix} y_1 \\ y_2 \\ y_3 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \lambda_{11}^y \\ \lambda_{21}^y \\ \lambda_{31}^y \end{bmatrix} [\eta] + \begin{bmatrix} \varepsilon_1 \\ \varepsilon_2 \\ \varepsilon_3 \end{bmatrix} \quad \text{dan}$$

$$\begin{bmatrix} x_1 \\ x_2 \\ x_3 \\ x_4 \\ \vdots \\ x_{11} \\ x_{12} \\ x_{13} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \lambda_{11}^x & 0 \\ \lambda_{21}^x & \dots & 0 \\ \lambda_{31}^x & \dots & 0 \\ \lambda_{41}^x & \dots & 0 \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & \dots & \lambda_{116}^x \\ 0 & \dots & \lambda_{126}^x \\ 0 & \dots & \lambda_{136}^x \end{bmatrix} \begin{bmatrix} \xi_1 \\ \xi_2 \\ \xi_3 \\ \xi_4 \\ \xi_5 \\ \xi_6 \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} \delta_1 \\ \delta_2 \\ \delta_3 \\ \delta_4 \\ \vdots \\ \delta_{11} \\ \delta_{12} \\ \delta_{13} \end{bmatrix}$$

- b. Pemilihan matriks input yaitu matriks korelasi *polychoric*. Matriks ini dapat dihitung dengan menggunakan paket program PRELIS Jöreskog dan Sörbom (1996).
- c. Menduga koefisien jalur pada Model awal berdasarkan hasil matriks korelasi pada Lampiran 2.
- d. Evaluasi kelayakan model yang telah dihasilkan berdasarkan uji kebaikan model: χ^2 , GFI, AGFI, RMSEA, RMSR. Jika model ditolak maka dilakukan modifikasi model dengan menghilangkan jalur bagi koefisien jalur yang tidak nyata berdasarkan uji validitas dan berdasarkan indeks modifikasi. Indeks modifikasi merupakan suatu hubungan yang menunjukkan seberapa besar pengurangan nilai χ^2 apabila hubungan tersebut dinyatakan dalam model (Hair *et al.* 1998).
- e. Perhitungan nilai reliabilitas.
- f. Interpretasi model dikaitkan dengan teori mengenai tingkat kepuasan pelanggan.

Software yang digunakan dalam penelitian ini adalah LISREL 8.30, SPSS 13.00 dan Microsoft Office excel 2003.

HASIL PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden berumur antara 25-33 tahun sebanyak 30 % dan antara 34-42 tahun sebanyak 27.5 % dengan proporsi responden laki-laki sebanyak 72.5 % dan perempuan 27.5 % yang disajikan pada Tabel 2. Responden pada umumnya pemilik UKM yang memiliki pendidikan terakhir tidak tamat SD atau SD sebanyak 36.25 % dan SMA sebanyak 35 %.

Deskriptif UKM

UKM lebih banyak menggunakan tepung terigu yang diproduksi oleh Bogasari, dengan persentase 96.25 % sedangkan non Bogasari sebesar 3.75 %. Alasan responden yang menggunakan non Bogasari karena non Bogasari menawarkan sistem pembayaran kredit.

UKM yang memilih produsen tepung terigu Bogasari mengkonsumsi segitiga biru sebesar 43.75 % dan cakra kembar sebesar 42.5 % sebagai tepung utama seperti terlampir

pada Tabel 3. Produk utama yang dihasilkan kedua jenis tepung tersebut antara lain : roti manis, goreng sebesar 41.25 % dan mie 26.25 % dapat dilihat pada Lampiran 1.

Tabel 2 Profil responden

| Profil responden | Kategori | (%) |
|------------------|-------------------|-------|
| Jenis Kelamin | Pria | 72.5 |
| | Wanita | 27.5 |
| Umur | 16-24 tahun | 5 |
| | 25-33 tahun | 30 |
| | 34-42 tahun | 27.5 |
| | 43-51 tahun | 23.75 |
| | 52-60 tahun | 13.75 |
| Pendidikan | tidak tamat SD/SD | 36.25 |
| | SLTP | 20 |
| | SLTA | 35 |
| | Akademi/D1/D2/D3 | 5 |
| | S1 | 3.75 |
| Posisi | Pemilik | 81.25 |
| | Manager | 2.5 |
| | Karyawan | 16.25 |

Jumlah karyawan antara 1-5 orang sebesar 41.25 % dan 6-10 orang sebesar 23.75 %. Pendapatan UKM per hari yang kurang dari Rp. 500000 sebesar 36.25 % dan antara Rp. 500000 - Rp. 1000000 sebesar 27.5 %. Sedangkan yang berpendapatan lebih dari Rp. 2000000 sebesar 13.75 %.

Tabel 3 Persentase jenis tepung utama

| Tepung utama | Bogasari | non Bogasari | Total |
|-------------------|----------|--------------|-------|
| Cakra Kembar Emas | 1.25 | 0 | 1.25 |
| Cakra Kembar | 42.5 | 0 | 42.5 |
| Segitiga Biru | 43.75 | 0 | 43.75 |
| Lencana Merah | 8.75 | 0 | 8.75 |
| Beruang Biru | 0 | 2.5 | 2.5 |
| Kompas | 0 | 1.25 | 1.25 |
| Total | 96.25 | 3.75 | 100 |

Pendugaan Parameter Model

Model awal yang ditampilkan pada Gambar 1. Peubah laten eksogen KUAL_PRO, POP_MERK, KUAL_KEM, HARGA, TERS_PRO dan KUAL_SER berpengaruh langsung terhadap peubah laten endogen KEPUASAN.

Hasil pendugaan pada model awal ini ditampilkan pada Lampiran 3. Model awal ini terdapat adanya ragam galat bernilai negatif.