

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

- 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

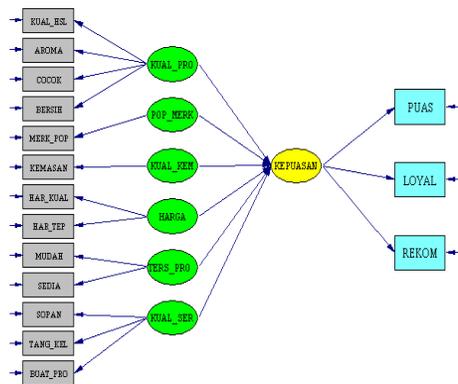
Tepung utama	Bogasari	non Bogasari	Total
Cakra Kembar Emas	1.25	0	1.25
Cakra Kembar	42.5	0	42.5
Segitiga Biru	43.75	0	43.75
Lencana Merah	8.75	0	8.75
Beruang Biru	0	2.5	2.5
Kompas	0	1.25	1.25
Total	96.25	3.75	100

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.

Untuk mengatasinya ditetapkan nilai ragam galat menjadi bernilai positif dan kecil (Hair *et al.* 1998).



Gambar 1 Diagram jalur model hipotetik.

Hasil pendugaan nilai λ menunjukkan bahwa terdapat peubah indikator yang tidak berpengaruh nyata terhadap peubah laten seperti tersaji pada Tabel 4. Peubah indikator pengukur peubah laten kualitas produk yang tidak valid adalah AROMA dan BERSIH. Peubah indikator pengukur peubah laten kepopuleran merek, kualitas kemasan, harga, ketersediaan produk, kualitas pelayanan semua valid, sedangkan peubah indikator pengukur peubah laten kepuasan yang tidak valid adalah LOYAL dan REKOM.

Tabel 4 Dugaan parameter model pengukuran awal

Peubah laten	Peubah indikator	Nilai λ	Nilai-t
KUAL_PRO	KUAL_HSL	0.24	2.86*
	AROMA	0.05	0.64
	COCOK	0.99	12.96*
	BERSIH	0.07	0.88
POP_MERK	MERK_POP	0.97	11.99*
KUAL_KEM	KEMASAN	0.99	12.54*
HARGA	HAR_KUAL	0.65	2.91*
	HAR_TEP	0.52	2.89*
TERS_PRO	MUDAH	1.00	13.14*
	SEDIA	0.23	2.80*
KUAL_SER	SOPAN	0.73	5.29*
	TANG_KEL	0.39	4.28*
	BUAT_PRO	0.51	5.02*
KEPUASAN	PUAS	0.34	5.79*
	LOYAL	0.64	1.85
	REKOM	0.53	1.69

* nilai-t nyata pada $\alpha = 0.05$

Hasil uji kelayakan model awal menunjukkan bahwa model masih dibawah nilai ideal yang disajikan pada Tabel 5. Nilai χ^2 sebesar 182.66 (nilai-p=0.00) menunjukkan bahwa H_0 ditolak berarti matriks dugaan dari

model awal ini tidak mampu mengemas data dengan baik.

Nilai uji kelayakan model lain yaitu nilai GFI sebesar 0.81, nilai AGFI sebesar 0.71, nilai RMSEA sebesar 0.12 dan nilai RMSR sebesar 0.15. Nilai uji kelayakan model tersebut menunjukkan bahwa keadaan empiris data tidak sesuai dengan model berarti model belum layak.

Tabel 5 Kriteria kelayakan model dugaan awal

Kriteria	Nilai	Nilai ideal
χ^2	182.66 (nilai-p=0.00)	Nilai-p \geq 0.05
GFI	0.81	\geq 0.90
AGFI	0.71	\geq 0.80
RMSEA	0.12	\leq 0.08
RMSR	0.15	$RMSR_{i+1} < RMSR_i^*$

* i = indeks model

Berdasarkan hasil model awal yang disajikan pada Lampiran 3, model belum baik dalam mengemas data tingkat kepuasan. Untuk mendapatkan model yang lebih baik dapat dilakukan dengan mengeluarkan peubah-peubah indikator yang tidak valid dari model dan berdasarkan indeks modifikasi.

Modifikasi Model

Modifikasi model dilakukan dengan mengeluarkan peubah indikator AROMA, BERSIH dan REKOM dari model karena tidak valid. Peubah indikator LOYAL tidak dikeluarkan dari model karena berdasarkan indeks modifikasi galat pengukuran PUAS dan galat pengukuran LOYAL saling berkorelasi. Tapi korelasi ini tidak diikutsertakan dalam model karena mengakibatkan penambahan nilai χ^2 .

Galat pengukuran MUDAH dan galat pengukuran SOPAN juga saling berkorelasi, artinya bahwa kemudahan mendapatkan tepung terigu dan kesopanan *frontliner* Bogasari memberikan nilai tambah bagi pelanggan untuk tetap menggunakan tepung terigu Bogasari.

Berdasarkan hasil uji validitas koefisien jalur model pengukuran setelah peubah indikator AROMA, BERSIH dan REKOM dikeluarkan dari model disajikan pada Tabel 6. Peubah indikator KUAL_HSL, COCOK, MERK_POP, KEMASAN, HAR_KUAL, HAR_TEP, MUDAH, SEDIA, SOPAN, TANG_KEL, BUAT_PRO, PUAS dan LOYAL berpengaruh nyata terhadap peubah laten yang diukur.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Tabel 6 Dugaan parameter model pengukuran setelah modifikasi

Peubah laten	Peubah indikator	Nilai λ	Nilai-t
KUAL_PRO	KUAL_HSL	0.24	2.84*
	COCOK	0.99	12.9*
POP_MERK	MERK_POP	1	12.49*
KUAL_KEM	KEMASAN	0.97	12.05*
HARGA	HAR_KUAL	0.54	3.56*
	HAR_TEP	0.63	3.60*
TERS_PRO	MUDAH	0.99	12.62*
	SEDIA	0.28	3.15*
KUAL_SER	SOPAN	0.45	3.62*
	TANG_KEL	0.55	4.65*
	BUAT_PRO	0.58	4.24*
KEPUASAN	PUAS	0.52	7.13*
	LOYAL	0.98	2.25*

* nilai-t nyata pada $\alpha = 0.05$

Hasil uji kelayakan model setelah modifikasi dapat dilihat pada Tabel 7. Nilai χ^2 , GFI, AGFI dan RMSEA berada pada nilai idealnya, sedangkan nilai RMSR model setelah dimodifikasi lebih kecil dibandingkan dengan model awal yaitu sebesar 0.11. Hasil uji kelayakan model mengindikasikan model ini diterima.

Tabel 7 Kriteria kelayakan model dugaan setelah modifikasi

Kriteria	Nilai	Nilai ideal
χ^2	62.23 (nilai-p=0.06)	Nilai-p \geq 0.05
GFI	0.91	\geq 0.90
AGFI	0.82	\geq 0.80
RMSEA	0.07	\leq 0.08
RMSR	0.11	$RMSR_{i+1} < RMSR_i$ *

* i = indeks model

Reliabilitas peubah laten disajikan pada Tabel 8. Nilai reliabilitas KUAL_PRO, POP_MERK, KUAL_KEM, HARGA, TERS_PRO, KUAL_SER dan KEPUASAN masing-masing sebesar 0.6, 1.00, 0.95, 0.51, 0.62, 0.54 dan 0.75. Nilai-nilai tersebut menunjukkan peubah-peubah indikator handal dalam mengukur secara bersama peubah latennya.

Model setelah modifikasi merupakan model akhir seperti terlihat pada Gambar 2. Pada model ini terlihat indikator pembentuk kualitas produk tepung terigu yang memberikan kontribusi yaitu COCOK sebesar 0.99 dan KUAL_HSL sebesar 0.24. Peubah kepopuleran merek tepung terigu Bogasari dan kualitas kemasan secara keseluruhan memberikan kontribusi sebesar

1.00 dan 0.97 terhadap peubah laten POP_MERK dan KUAL_KEM. Kontribusi harga tepung terigu Bogasari dan harga dibandingkan dengan kualitas produk yang dihasilkan memberikan kontribusi sebesar 0.63 dan 0.54 untuk peubah laten HARGA.

Tabel 8 Reliabilitas peubah laten setelah modifikasi

Peubah laten	Reliabilitas
KUAL PRO	0.60
POP MERK	1.00
KUAL KEM	0.95
HARGA	0.51
TERS PRO	0.62
KUAL SER	0.54
KEPUASAN	0.75

Kemudahan mendapatkan tepung terigu memberikan kontribusi sebesar 0.99 dibandingkan ketersediaan tepung terigu hanya sebesar 0.28 dalam menjelaskan ketersediaan produk. Sedangkan indikator pembentuk kualitas pelayanan *frontliner* Bogasari memberikan kontribusi hampir sama yaitu SOPAN (0.45), TANG_KEL (0.55) dan BUAT_PRO (0.58).

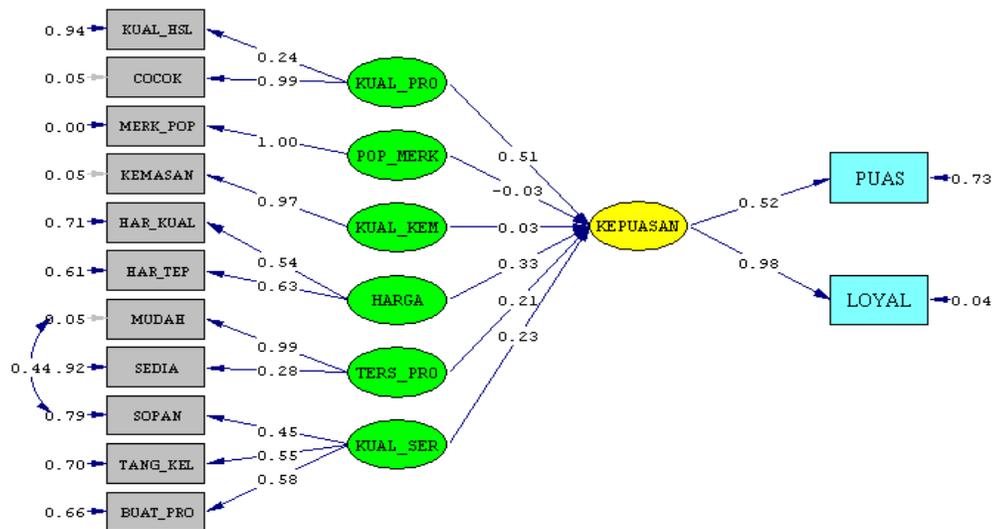
Kepuasan pelanggan diukur oleh loyalitas terhadap tepung terigu Bogasari dengan kontribusi sebesar 0.98 dan kepuasan secara keseluruhan terhadap tepung terigu Bogasari dengan kontribusi sebesar 0.52. Koefisien jalur sebesar 0.98 berarti peningkatan kepuasan pelanggan akan menyebabkan pelanggan tersebut semakin loyal untuk membeli tepung terigu Bogasari.

Kualitas produk, harga, ketersediaan produk, kualitas pelayanan dan kualitas kemasan merupakan indikator yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan kepopuleran merek berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas produk memberikan pengaruh terbesar yaitu sebesar 0.51 terhadap kepuasan pelanggan. Peningkatan penilaian indikator pada kualitas produk tepung terigu akan menyebabkan kepuasan semakin meningkat.

Pengaruh terbesar kedua adalah harga yaitu sebesar 0.33. Peningkatan penilaian indikator pada peubah laten HARGA dapat mempengaruhi peningkatan kepuasan pelanggan. Sebaliknya harga yang tidak sebanding dengan kualitas produk yang dihasilkan dan mahal akan menyebabkan kepuasan pelanggan menurun.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Gambar 2 Diagram jalur dugaan parameter model setelah modifikasi.

Kemudahan mendapatkan tepung terigu Bogasari dan ketersediaan tepung terigu Bogasari merupakan indikator penyusun TERS_PRO yang berpengaruh terhadap kepuasan sebesar 0.21. Tepung terigu yang mudah didapat pelanggan dan selalu tersedia akan menyebabkan kepuasan pelanggan meningkat.

Kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 0.23 terhadap kepuasan. Peningkatan penilaian indikator pada kualitas pelayanan dapat menyebabkan kepuasan pelanggan meningkat.

Kualitas pelayanan tidak berpengaruh nyata jika dibandingkan dengan ketersediaan produk yang pengaruhnya lebih kecil dapat dilihat pada Tabel 9. Hal ini terjadi karena jumlah *frontliner* Bogasari yang tidak sebanding dengan jumlah UKM sehingga UKM tidak dapat dikunjungi secara merata oleh *frontliner* terutama jika ada keluhan terhadap tepung terigu Bogasari.

Tabel 9 Dugaan parameter model struktural setelah modifikasi

Peubah laten	Nilai γ	Nilai-t
KUAL_PRO	0.51	4.21*
POP_MERK	-0.03	-0.27
KUAL_KEM	0.03	0.29
HARGA	0.33	2.63*
TERS_PRO	0.21	2.31*
KUAL_SER	0.23	1.61

* nilai-t nyata pada $\alpha = 0.05$

Kualitas kemasan dan kepopuleran merek masing-masing berpengaruh sebesar 0.03 dan

-0.03. Kualitas kemasan sangat kecil pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kepopuleran merek juga bernilai negatif artinya merek Bogasari sudah sangat terkenal tapi hal tersebut tidak menjadikan kepopuleran merek menjadi faktor penentu kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Model terbaik didapatkan melalui modifikasi model yaitu dengan mengeluarkan peubah indikator AROMA, BERSIH dan REKOM dari Model Persamaan Struktural dan menambahkan korelasi antara galat pengukuran MUDAH dan SOPAN. Model ini memenuhi kriteria kelayakan model dan baik dalam menggambarkan hubungan kausal antara tingkat kepuasan pelanggan dengan peubah laten dan peubah indikatornya.

Pelanggan tepung terigu Bogasari akan lebih memperhatikan indikator yang berpengaruh positif terhadap kepuasan yaitu kualitas produk, harga, ketersediaan produk, kualitas pelayanan dan kualitas kemasan. Kualitas produk merupakan indikator yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan. Peningkatan penilaian indikator yang berpengaruh positif ini akan menyebabkan peningkatan kepuasan pelanggan.

Kepopuleran merek merupakan indikator yang berpengaruh negatif terhadap kepuasan. Kepopuleran merek Bogasari menyebabkan kepuasan pelanggan menurun sehingga merek yang terkenal tidak menjadi hal yang penting bagi pelanggan.