

BAB IV

GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

4.1 Gambaran Subyek Penelitian

Pembahasan dalam uraian ini tentang gambaran subyek penelitian, dimana menguraikan karakteristik responden sebagai subyek peneliti. Selanjutnya, dilakukan analisis untuk membahas masalah penelitian dan mengungkapkan pengaruh Citra Perusahaan, Harapan Konsumen, Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pengguna motor HONDA di Surabaya.

Subyek dalam penelitian ini adalah pengguna Motor HONDA yang ada di Surabaya, yang dimana telah menggunakan motor HONDA minimal selama 1 tahun. Peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuisisioner di berbagai tempat. Peneliti menyebarkan kuisisioner di daerah Keputih dimana tempat tersebut adalah puskesmas tempat sodara bekerja. Peneliti juga menyebarkan kuisisioner di daerah Basuki rachmat dimana disana terdapat dealer Honda. Peneliti juga menyebarkan kuisisioner di dekat rumah peneliti. Selain ketiga tempat tersebut peneliti juga menyebarkan kuisisioner di kampus STIE Perbanas.

4.1.1 Karakteristik Responden Menurut Usia

Karakteristik Responden Penelitian menurut usia sebagai Berikut:

Tabel 4.1
KARAKTERISTIK RESPONDEN MENURUT USIA

No.	Usia	Jumlah	%
1	19 - ≤22 th	54	45.0
2	>22 - ≤25 th	31	25.8
3	>25 th	35	29.2

Sumber : Lampiran 4 data diolah

Dari hasil Tabel 4.1 diketahui usia responden yang paling dominan terletak pada *range* 19 - ≤22 Tahun dengan jumlah 54 responden dengan prosentase 45.0 persen. Sedangkan yang paling sedikit pada *range* usia > 22 - ≤25 Tahun dengan jumlah 31 responden dan prosentase 29.2 persen.

4.1.2 karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Karakteristik responden menurut jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
KARAKTERISTIK RESPONDEN MENURUT JENIS KELAMIN

	Frekuensi	Persen
Laki – Laki	76	63.3
Perempuan	44	36.7
Total	120	100.0

Sumber : Lampiran 4 data diolah

Dari hasil Tabel 4.2 diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki – laki berjumlah 76 orang dengan prosentase sebesar 63.3 persen. Sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 44 orang dengan prosentase 36.7 persen.

4.1.3 Karakteristik Responden menurut Lama Menggunakan

Karakteristik Responden menurut lama menggunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
KARAKTERISTIK RESPONDEN MENURUT LAMA MENGGUNAKAN

	Frekuensi	Persen
1 th	13	10.8
>1 - ≤2 th	23	19.2
>2 th	84	70.0
Total	120	100.0

Sumber : Lampiran 4 Data diolah

Dari data tabel 4.3 diketahui bahwa karakteristik responden menurut sudah berapa lama menggunakan motor Honda, responden dengan jumlah terbesar ada pada interval >2 th dengan jumlah 84 orang. Sedangkan paling sedikit pada interfal 1 tahun.

4.2 Analisis Data

Analisis data yang digunakan peneliti yaitu analisis deskriptif, analisis statistik, dan pembahasan.

4.2.1 Analisis Data Deskriptif

Dari hasil pengumpulan data yang dilakukan melalui kuesioner dengan mengumpulkan jawaban responden, maka didapatkan hasil gambaran objek dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Pengukuran variabel menggunakan ukuran skala satu sampai lima. Penentuan interval menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Tabel 4.4
RENTANG SKALA INTERVAL DARI KATEGORI LIMA SKOR

Nilai	Kategori	Interval
1	Sangat Tidak Setuju	$1 < X < 1,8$
2	Tidak Setuju	$1,8 < X < 2,6$
3	Ragu – Ragu	$2,6 < X < 3,4$
4	Setuju	$3,4 < X < 4,2$
5	Sangat Setuju	$4,2 < X < 5$

4.2.1.1 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Perusahaan

Analisis tanggapan responden terhadap variabel citra perusahaan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP CITRA PERUSAHAAN

Item Pernyataan	N	Tanggapan					Mean	Keterangan
		STS	TS	RR	S	SS		
		1	2	3	4	5		
CP1	120	-	3	5	83	29	4.15	Setuju
CP2	120	-	1	16	75	28	4.08	setuju
CP3	120	-	2	14	78	26	4.07	Setuju
CP4	120	-	1	6	78	35	4.23	Sangat setuju
CP5	120	1	5	13	60	41	4.13	Setuju
CP6	120	3	15	18	57	27	3.75	Setuju
							4.06	Setuju

Sumber : Lampiran 5 data diolah

Dari hasil tabel 4.5 tanggapan responden terhadap variable citra perusahaan, pilihan jawaban tertinggi yang dipilih responden pada pernyataan setuju dengan skor 4. Sedangkan jawaban responden yang paling rendah adalah pada pernyataan sangat tidak setuju. Pada item CP6 terdapat 3 jawaban sangat tidak setuju hal itu mnunjukkan bahwa masih ada responden yang sangat tidak setuju dengan pernyataan bahwa memakai produk Honda dapat meningkatkan gengsi. Responden paling banyak memilih setuju pada item pernyataan CP 1 hal itu bisa dikatakan Produk Honda menurut responden bisa diandalkan. Variabel citra perusahaan oleh responden disetujui dibuktikan dengan rata – rata tanggapan responden sebesar 4.06.

4.2.1.2 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Harapan Konsumen

Tabel 4.6
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP HARAPAN KONSUMEN

Item Pernyataan	N	Tanggapan					Mean	Keterangan
		STS	TS	RR	S	SS		
		1	2	3	4	5		
HK1	120	2	4	16	68	30	4.00	Setuju
HK2	120	-	4	15	76	25	4.02	Setuju
HK3	120	-	4	8	75	33	4.14	Setuju
HK4	120	-	3	16	75	26	4.03	Setuju
							4.04	Setuju

Sumber : Lampiran 5 data diolah

Dari hasil tabel 4.6 tanggapan responden terhadap variable harapan konsumen, pilihan jawaban tertinggi yang dipilih responden pada pernyataan setuju pada item HK 2 dari hal tersebut bisa disimpulkan bahwa responden merasa bahwa kualitas keseluruhan motor Honda sudah bisa memenuhi harapan dari responden. Sedangkan jawaban responden sangat tidak setuju terdapat pada item pernyataan HK1, dari hasil tersebut menyatakan bahwa masih ada beberapa responden yang harapan pribadinya belum terpenuhi oleh motor Honda. Variable Harapan konsumen oleh responden disetujui dibuktikan dengan rata – rata tanggapan responden sebesar 4.04.

4.2.1.3 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen

Item Pernyataan	N	Tanggapan					Mean	Keterangan
		STS	TS	RR	S	SS		
		1	2	3	4	5		
KK1	120	-	1	14	78	27	4.09	Setuju
KK2	120	1	6	19	73	21	3.89	Setuju
KK3	120	1	8	31	53	27	3.81	Setuju
							3.93	Setuju

Sumber : lampiran 5 data diolah

Dari hasil tabel 4.7 tanggapan responden terhadap variable kepuasan konsumen, pilihan jawaban tertinggi yang dipilih responden pada pernyataan setuju pada item pernyataan KK1, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden sudah merasa puas dengan produk Honda. Sedangkan jawaban responden yang paling rendah adalah pada pernyataan KK3 dikarenakan ada beberapa responden yang menjawab tidak setuju, hal tersebut bisa disimpulkan bahwa ada beberapa responden yang masih merasa produk lain lebih memuaskan. Variable kepuasan konsumen oleh responden disetujui dibuktikan dengan rata – rata tanggapan responden sebesar 3.93.

4.2.1.4 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Konsumen

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Konsumen

Item Pernyataan	N	Tanggapan					Mean	Keterangan
		STS	TS	RR	S	SS		
		1	2	3	4	5		
LK1	120	1	5	28	57	29	3.90	Setuju
LK2	120	2	4	15	67	32	4.03	Setuju
LK3	120	2	20	24	62	12	3.52	Setuju
							3.81	Setuju

Sumber : Lampiran 5 Data diolah

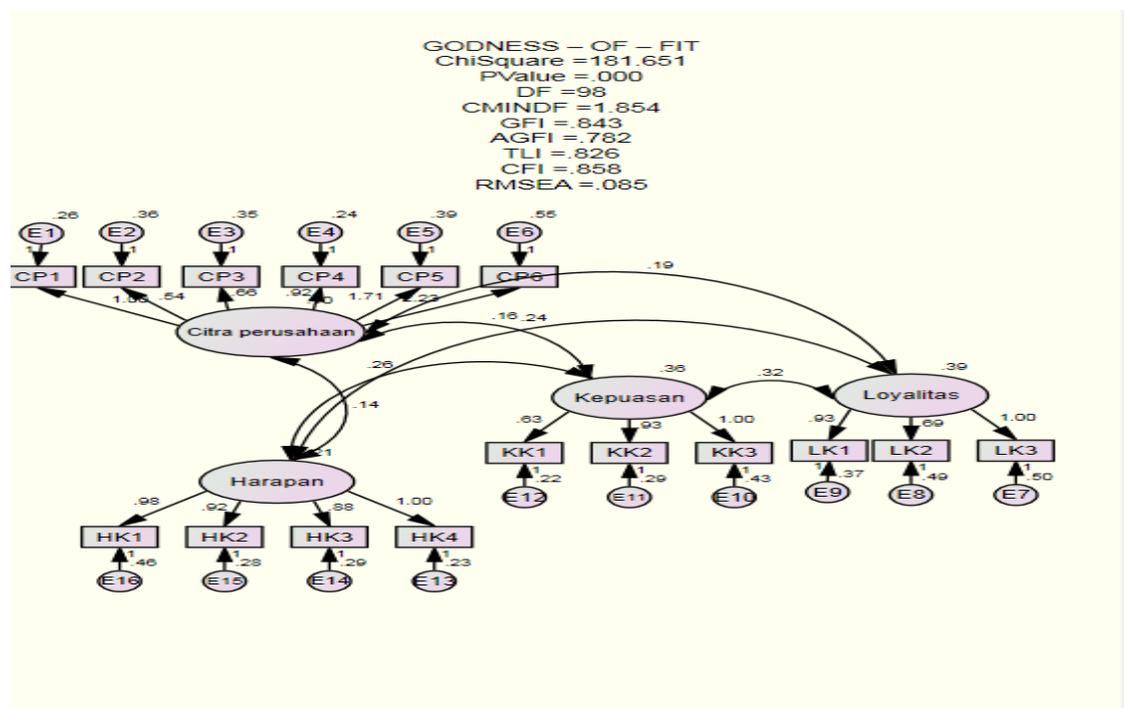
Dari hasil tabel 4.8 tanggapan responden terhadap variable loyalitas konsumen, pilihan jawaban tertinggi yang dipilih responden pada pernyataan LK2. Dari hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa responden akan merekomendasikan motor Honda kepada orang lain. Sedangkan pada item pernyataan LK3 ada beberapa responden yang menjawab tidak setuju. Dari hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa responden belum bisa mentolerir harga yang diberikan Honda jika mereka merasa Kualitasnya masih belum terjamin.. Variable loyalitas konsumen oleh

responden disetujui dibuktikan dengan rata – rata tanggapan responden sebesar 3.81.

4.2.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Validitas adalah ukuran sampai sejauh mana suatu indikator secara akurat mengukur apa yang hendak ingin diukur (Imam Ghozali, 2011:69).



Gambar 4.1
 Full Structural Model Uji CFA
 Sumber : Lampiran 11

Tabel 4.9
UJI VALIDITAS SAMPLE BESAR DENGAN AMOS

	Estimate
CP1 <--- Citra perusahaan	.523
CP2 <--- Citra perusahaan	.269
CP3 <--- Citra perusahaan	.329
CP4 <--- Citra perusahaan	.509
CP5 <--- Citra perusahaan	.654
CP6 <--- Citra perusahaan	.687
HK4 <--- Harapan	.692
HK3 <--- Harapan	.606
HK2 <--- Harapan	.625
HK1 <--- Harapan	.556
KK3 <--- Kepuasan	.676
KK2 <--- Kepuasan	.720
KK1 <--- Kepuasan	.625
LK3 <--- Loyalitas	.661
LK2 <--- Loyalitas	.520
LK1 <--- Loyalitas	.689

Sumber : lampiran 6 data diolah

Dari tabel 4.9 diketahui bahwa nilai *Loading Factor* < 0.40 ada dua indikator sehingga dalam proses analisis selanjutnya indikator yang memiliki nilai loading factor <0.40 dikeluarkan dari model. (Ferdinand, 2002:168)

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah variabel bentukan yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu mengindikasikan sebuah variabel yang umum (Imam Ghozali, 2011:232).

Uji reliabilitas untuk analisis SEM menggunakan rumus :

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std. Loading})^2}{(\sum \text{std. Loading})^2 + \sum \varepsilon_j}$$

Dimana :

- a. *Std loading* diperoleh dari *standardized estimated* untuk tiap-tiap indikator
- b. ϵ_j adalah *measurement error* = $1 - (\text{std. Loading})^2$

Tabel 4.10
RELIABILITAS VARIABEL

Variabel		Std. Loading	ME	Reliabilitas	Keterangan
Citra Perusahaan	CP1	0.585	0.657775	0,70	Reliabel
	CP4	0.539	0.709479		
	CP5	0.668	0.553776		
	CP6	0.66	0.5644		
Harapan Konsumen	HK1	0.573	0.671671	0,74	Reliabel
	HK2	0.64	0.5904		
	HK3	0.647	0.581391		
	HK4	0.718	0.484476		
Kepuasan Konsumen	KK1	0.612	0.625456	0,70	Reliabel
	KK2	0.734	0.461244		
	KK3	0.662	0.561756		
Loyalitas Konsumen	LK1	0.659	0.659	0,64	Reliabel
	LK2	0.54	0.54		
	LK3	0.643	0.643		

Sumber : lampiran 7 data diolah

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari uji reliabilitas yaitu semua variabel reliabel. Tingkat reliabilitas yang diterima secara umum harus diperoleh koefisien alpha lebih besar dari 0,6 yang telah ditetapkan. Apabila diperoleh lebih dari 0,6, maka pengukuran tersebut dapat dikatakan reliabel .(Sekaran,2006 : 182).

4.2.3 Analisis Uji Statistik

Analisis uji statistik dalam penelitian ini menggunakan model persamaan *Structural Equation Modeling (SEM)* untuk mengetahui hubungan dan pengaruh diantara variabel. Model estimasi yang digunakan adalah *maximum likelihood (ML)* karena sampel yang digunakan dalam penelitian ini 120. Model estimasi *maximum likelihood (ML)* minimum diperlukan sampel 100. Untuk menggunakan

model estimasi ML ukuran sampel harus antara 100-200 (Imam Ghozali, 2011:64).

4.2.3.1 Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu langkah dalam menganalisis *Structural Equation Modeling*. Kegunaan dari uji normalitas adalah untuk mengukur apakah data sudah berdistribusi dengan normal. SEM juga menghendaki distribusi variabel harus multivariate normal karena sampel besar (Imam Ghozali, 2011:71). Untuk melihat data sudah berdistribusi normal atau tidak normal dapat dilihat dari hasil pengujian *assessment of normality*, dengan melihat *critical ratio skewness* (Ghozali, 2011 : 84). *Assessment of normality* merupakan output untuk menguji apakah data kita normal secara *multivariate* sebagai syarat asumsi yang harus dipenuhi dengan *Maximum Likelihood*. Distribusi data dikatakan normal jika nilai *critical ratio skewness* ± 2.58 dengan signifikansi 1% (Imam Ghozali, 2011:226).

Tabel 4.11
UJI NORMALITAS

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.	Keterangan
LK1	1.000	5.000	-.567	-2.537	.283	.632	Normal
LK2	1.000	5.000	-1.130	-5.052	2.134	4.773	Tidak Normal
LK3	1.000	5.000	-.590	-2.641	-.336	-.752	Tidak Normal
KK1	2.000	5.000	-.270	-1.207	.560	1.252	Normal
KK2	1.000	5.000	-.897	-4.010	1.459	3.263	Tidak Normal
KK3	1.000	5.000	-.473	-2.118	-.110	-.246	Normal
HK1	1.000	5.000	-1.102	-4.930	2.100	4.696	Tidak Normal
HK2	2.000	5.000	-.649	-2.902	1.044	2.335	Tidak Normal
HK3	2.000	5.000	-.829	-3.710	1.658	3.708	Tidak Normal
HK4	2.000	5.000	-.537	-2.403	.814	1.820	Normal
CP6	1.000	5.000	-.763	-3.412	-.026	-.059	Tidak Normal
CP5	1.000	5.000	-1.044	-4.670	1.416	3.166	Tidak Normal
CP4	2.000	5.000	-.300	-1.340	1.027	2.296	Normal
CP1	2.000	5.000	-.765	-3.420	2.634	5.890	Tidak Normal
Multivariate					34.270	8.868	

Sumber : Lampiran 8 data diolah

Dari Tabel 4.11 diketahui bahwa ada indikator yang berdistribusi tidak normal yaitu Loyalitas Konsumen (LK2), Loyalitas Konsumen (LK3), Kepuasan Konsumen (KK2), Harapan Konsumen (HK1), Harapan Konsumen (HK2), Harapan Konsumen (HK3), Citra Perusahaan (CP6), Citra Perusahaan (CP5), Citra Perusahaan (CP1). Indikator tersebut berdistribusi tidak normal karena tidak memenuhi syarat nilai *critical ratio* skewness (CR) ± 2.58 . Faktor lain yang menyebabkan data berdistribusi tidak normal karena menggunakan data primer sehingga sulit untuk mendistribusikan secara normal. Meskipun demikian, sebuah variabel terukur yang tidak memenuhi distribusi normal masih dapat untuk digunakan dan dilakukan pengujian. Hal tersebut tetap dilakukan karena selain jumlah sampel yang sudah mencukupi dari syarat minimum jika dilakukan pengurangan indikator yang dianggap tidak normal maka hal tersebut akan

beresiko AMOS tidak *running* atau solusi tidak dapat didukung karena diakibatkan minimnya jumlah variabel terukur sehingga, peneliti tetap akan mempertahankan variabel – variabel terukur tersebut Berdasarkan asumsi jumlah sampel minimum maka analisis tetap dapat dilanjutkan karena jumlah sampel yang lebih dari seratus maka asumsi normalitas tidaklah terlalu kritis (Imam Ghozali 2011:85)

4.2.3.2 Outlier

Outlier adalah kondisi dari suatu data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat jauh berbeda dari data yang lain. Jadi outlier digunakan untuk mengetahui apakah ada data yang mempunyai perbedaan tanggapan yang jauh dari data yang lain.

4.2.3.2.1 Multivariate Outliers

Deteksi terhadap *multivariate outliers* dilakukan dengan memperhatikan nilai *mahalanobis distance* (Imam Ghozali, 2011:227). Kriteria yang digunakan adalah berdasarkan nilai *Chi-squares* pada derajat kebebasan 14 yaitu jumlah variabel indikator pada tingkat signifikansi $p < 0.001$. Nilai mahalanobis distance $X^2(14, 0, 001) = 36.123$ hal ini berarti bahwa nilai mahalanobis distance diatas 36.123 adalah *multivariate outlier*.

Tabel 4.12
UJI MULTIVARIATE OUTLIERS

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
25	46.417	.000	.010
92	44.497	.000	.000
93	41.520	.000	.000
53	39.293	.001	.000
82	38.764	.001	.000

Sumber : lampiran 9 data diolah

4.2.3.2.2 Univariate Outlier

Deteksi terhadap adanya *univariate outlier* dapat dilakukan dengan menentukan nilai ambang batas yang akan dikategorikan sebagai *outliers* dengan mengkonversi nilai data penilaian ke dalam *standard score* (*z-score*), yang mempunyai rata-rata nol dengan standar deviasi sebesar satu. Nilai ambang batas dari *z-score* adalah rentang tiga sampai dengan empat (Haie *et al* dalam Augusty 2002:98). Secara lengkap untuk hasil dari perhitungan *z-score* dijelaskan pada Tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.13
Tabel Z-Score

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(CP1)	120	-3.56425	1.40912	.0000000	1.0000000
Zscore(CP4)	120	-3.89035	1.35507	.0000000	1.0000000
Zscore(CP5)	120	-3.78483	1.05975	.0000000	1.0000000
Zscore(CP6)	120	-2.68857	1.22208	.0000000	1.0000000
Zscore(HK1)	120	-3.65889	1.21963	.0000000	1.0000000
Zscore(HK2)	120	-2.94065	1.43387	.0000000	1.0000000
Zscore(HK3)	120	-3.16200	1.26726	.0000000	1.0000000
Zscore(HK4)	120	-3.02219	1.43678	.0000000	1.0000000
Zscore(KK1)	120	-3.44018	1.49394	.0000000	1.0000000
Zscore(KK2)	120	-3.72813	1.42894	.0000000	1.0000000
Zscore(KK3)	120	-3.14989	1.33660	.0000000	1.0000000
Zscore(LK1)	120	-3.43537	1.30307	.0000000	1.0000000
Zscore(LK2)	120	-3.66824	1.18232	.0000000	1.0000000
Zscore(LK3)	120	-2.66695	1.57191	.0000000	1.0000000
Valid N (listwise)	120				

Sumber : Lampiran 10 data diolah

Dari Tabel 4.13 diketahui bahwa ada sebelas indikator yang melebihi nilai dari *z-score* ± 3.0 , karena itu dapat disimpulkan bahwa ada tiga *univariate outliers* dalam data penelitian yang dianalisis yaitu CP6, HK2, LK3.

4.2.3.3 Analisis Konfirmatori Faktor (CFA)

Menurut Imam Ghozali (2011:137) salah satu manfaat utama dari CFA adalah kemampuan menilai validitas konstruk dari teori yang diusulkan.

Berikut adalah gambaran uji konfirmatori faktor yang dibentuk berdasarkan variabel kualitas pelayanan, inovasi dan citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Tabel 4.14
GOODNESS - OF - FIT FULL STRUCTURAL MODEL UJI CFA

Analisis	Kriteria	Hasil Pengujian	Keterangan
Chi-Square	Diharapkan Kecil 76.16379294	181.651	<i>Marginal</i>
Probability	≥ 0.05	.000	<i>Marginal</i>
CMIN/DF	≤ 2.00	1.854	<i>fit</i>
GFI	≥ 0.90	.843	<i>Marginal</i>
AGFI	≥ 0.90	.782	<i>Marginal</i>
TLI	≥ 0.95	.826	<i>Marginal</i>
CFI	≥ 0.95	.858	<i>Marginal</i>
RMSEA	≤ 0.08	.085	<i>Marginal</i>

Sumber : Lampiran 12 data diolah

Dari hasil tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa untuk uji kesesuaian model yang telah diuji menghasilkan sebuah tingkat penerimaan yang belum baik.

Adapun hasil estimasi dari model awal uji CFA adalah sebagai berikut.

Tabel 4.15
HASIL ESTIMASI MODEL UJI CFA

	Estimate	Std.Est	S.E.	C.R.	P	Label
CP1 <--- Citra perusahaan	1.000	.523				
CP2 <--- Citra perusahaan	.537	.269	.213	2.519	.012	par_1
CP3 <--- Citra perusahaan	.659	.329	.219	3.007	.003	par_2
CP4 <--- Citra perusahaan	.924	.509	.216	4.279	***	par_3
CP5 <--- Citra perusahaan	1.711	.654	.338	5.066	***	par_4
CP6 <--- Citra perusahaan	2.226	.687	.448	4.974	***	par_5
HK4 <--- Harapan	1.000	.692				
HK3 <--- Harapan	.882	.606	.149	5.913	***	par_6
HK2 <--- Harapan	.921	.625	.154	5.997	***	par_7
HK1 <--- Harapan	.980	.556	.183	5.365	***	par_8
KK3 <--- Kepuasan	1.000	.676				
KK2 <--- Kepuasan	.927	.720	.145	6.402	***	par_9
KK1 <--- Kepuasan	.631	.625	.107	5.875	***	par_10
LK3 <--- Loyalitas	1.000	.661				
LK2 <--- Loyalitas	.688	.520	.150	4.586	***	par_11
LK1 <--- Loyalitas	.933	.689	.149	6.243	***	par_12

Sumber : lampiran 13 data diolah

Dari tabel 4.15 diketahui signifikansi *loading factor*. *Loading factor* dapat digunakan untuk menjelaskan faktor yang dianalisis. Syarat dari nilai *loading factor* yaitu dengan nilai $\geq 0,40$ atau memiliki nilai $CR \geq 2$ (Ferdinand, 2002:168). Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa ada dua indikator tidak memenuhi kriteria nilai *loading factor* $\geq 0,40$. Indikator tersebut adalah CP2 dan CP3. Adapun setelah dilakukan modifikasi model semua indikator memenuhi kriteria. Oleh karena itu, dalam proses analisis selanjutnya dua indikator tersebut dihapus dari model.

Tabel 4.16
MODIFICATION INDICES MODEL

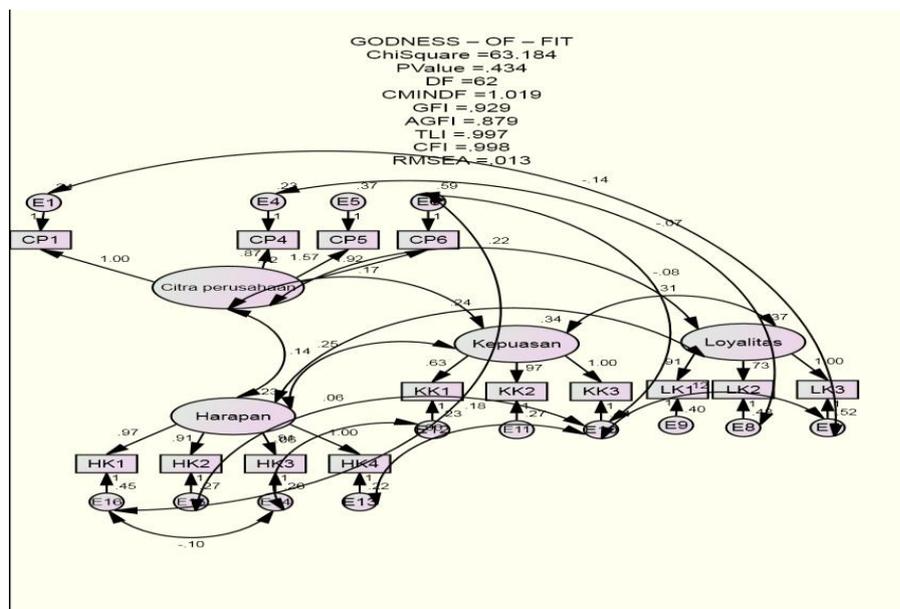
	M.I.	Par Change	Langkah
E14 <--> E12	5.553	.060	1
E14 <--> E16	9.140	-.108	
E6 <--> E16	13.860	.190	
E1 <--> E7	13.984	-.135	
E10 <--> E7	4.525	.094	2
E15 <--> E10	4.170	.070	
E13 <--> E10	6.453	-.083	
E6 <--> E10	5.317	-.108	
E4 <--> E8	4.092	-.066	3

Sumber : Lampiran 14 data diolah

4.2.3.4 Analisis Konfirmatori Faktor (CFA) Akhir

Setelah melihat *modification indices model*, peneliti melakukan korelasi antara variabel yang memiliki *modification indices* yang paling tertinggi hingga didapatkan model yang sesuai dengan mengambil 4 terbesar pada nilai M.I.

Modifikasi dilakukan sebanyak 3 kali dan tercapai model modifikasi yang terlihat pada gambar 4.2 berikut ini.



Gambar 4.2

Full Structural Model Uji CFA Modifikasi
Sumber : Lampiran 15

Dari gambar 4.2 dapat dilihat perbandingan hasil pengujian dengan kriteria nilai dari *cut off values* yang diharapkan bisa memenuhi kriteria dan menjadikan *Goodness of fit* yang baik. Hal itu tercermin pada tabel 4.17 berikut ini :

Tabel 4.17
***GOODNESS OF FIT* MODEL UJI CFA MODIFIKASI**

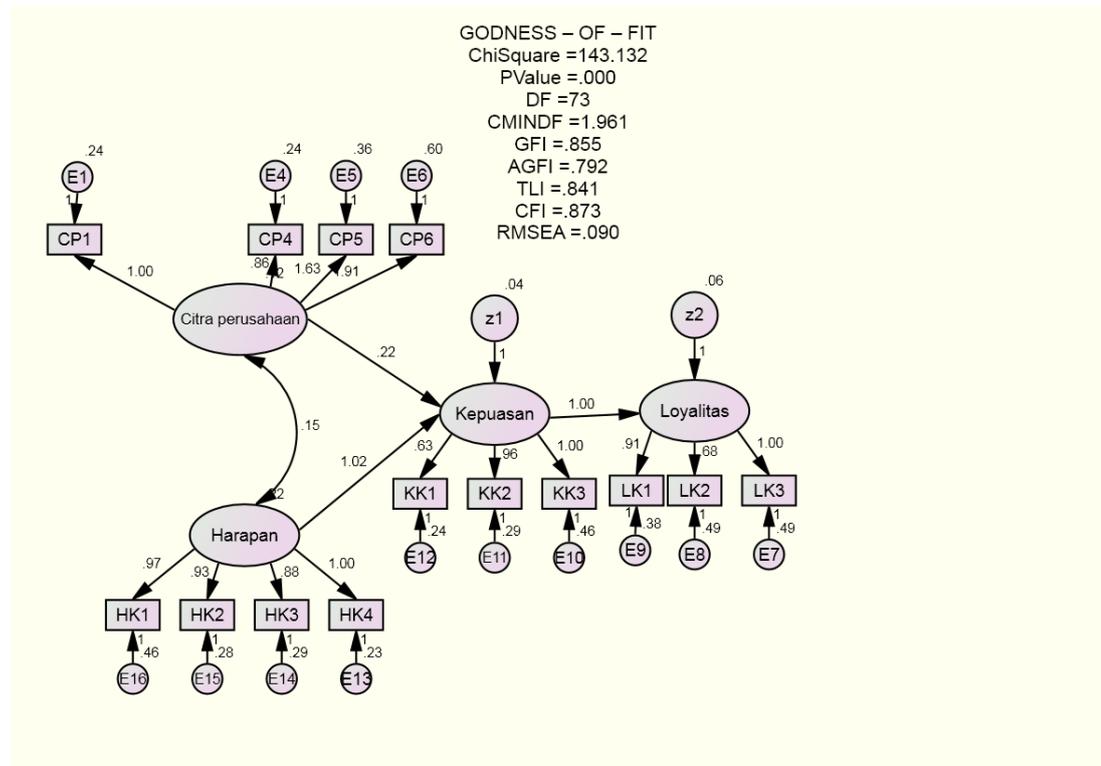
Analisis	Kriteria	Hasil Pengujian	Keterangan
Chi-Square	Diharapkan Kecil 44.88902	63.184	<i>Marginal</i>
Probability	≥ 0.05	.434	<i>fit</i>
CMIN/DF	≤ 2.00	1.019	<i>fit</i>
GFI	≥ 0.90	.929	<i>fit</i>
AGFI	≥ 0.90	.879	<i>Marginal</i>
TLI	≥ 0.95	.997	<i>fit</i>
CFI	≥ 0.95	.998	<i>fit</i>
RMSEA	≤ 0.08	.013	<i>fit</i>

Sumber : lampiran16 data diolah

Dari tabel 4.17 diketahui bahwa nilai *goodness of fit* setelah dilakukan modifikasi mengalami peningkatan. Ada 6 data yang nilainya memenuhi kriteria *cut off values* yaitu nilai Probability, CMIN/DF, GFI TLI, CFI, dan RMSEA. Jadi dapat disimpulkan bahwa model tersebut diterima.

4.2.3.5 Analisis Model Persamaan Struktural

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar variabel dilakukan model persamaan structural (SEM) dengan metode estimasi *maximum likelihood*. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan menggunakan program AMOS 18.0 dengan model persamaan struktural yang seperti yang ditunjukkan pada gambar 4.3



Gambar 4.3
 Full Structural Equation Model Awal
 Sumber : Lampiran17

Dari gambar 4.3 dapat dilihat perbandingan hasil pengujian dengan kriteria nilai dari *cut off values* yang diharapkan bisa memenuhi kriteria dan menjadikan *Goddness of fit* yang baik. Hal itu tercermin pada tabel 4.18 berikut ini :

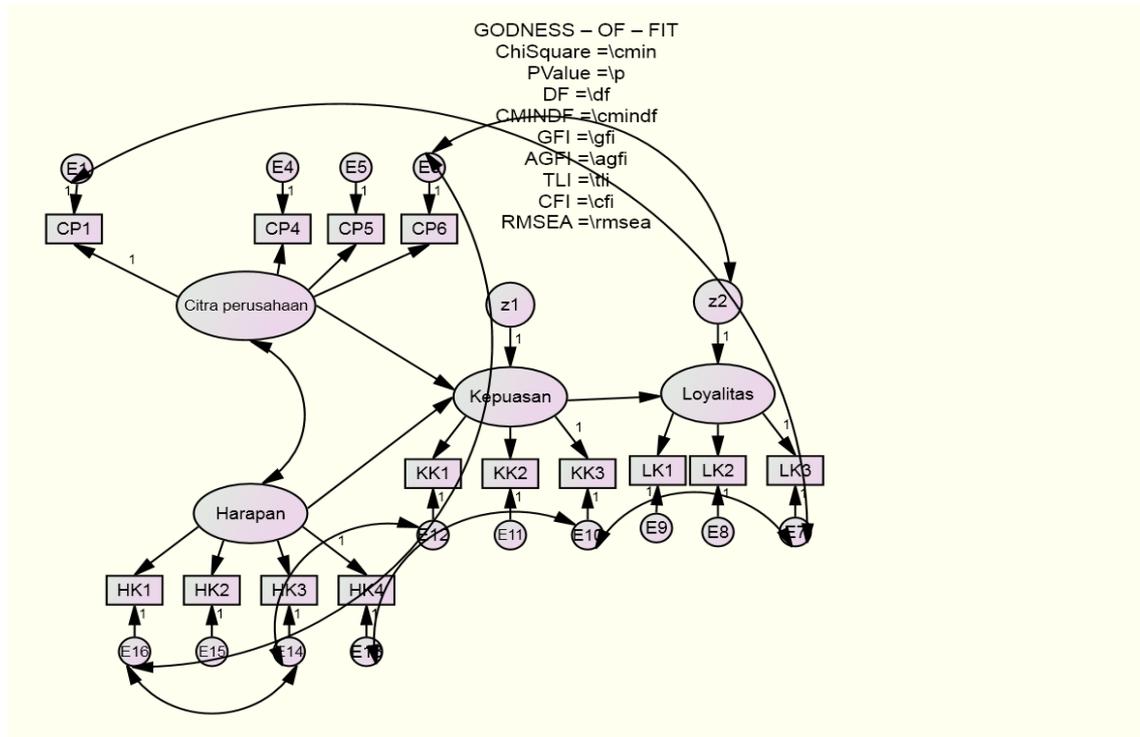
Tabel 4.18
GOODNESS – OF - FIT FULL STRUCTURAL MODEL AWAL

Analisis	Kriteria	Hasil Pengujian	Keterangan
Chi-Square	Diharapkan Kecil 109,7733	143.132	<i>Marginal</i>
Probability	≥ 0.05	,000	<i>Marginal</i>
CMIN/DF	≤ 2.00	1.961	<i>fit</i>
GFI	≥ 0.90	.855	<i>Marginal</i>
AGFI	≥ 0.90	,792	<i>Marginal</i>
TLI	≥ 0.95	,841	<i>Marginal</i>
CFI	≥ 0.95	,873	<i>Marginal</i>
RMSEA	≤ 0.08	,090	<i>Marginal</i>

Sumber : lampiran 18 data diolah

Dari tabel 4.18 diketahui bahwa hasil dari *Goodness of fit* tidak sesuai dengan syarat – syarat uji hipotesis karena nilai hasil pengujian belum memenuhi kriteria dari nilai Cut off values. Sehingga perlu adanya modifikasi kembali.

Structural Equation Modeling Modifikasi



Gambar 4.4
Full Structural Equation Model Akhir
 Sumber : Lampiran 19

Tabel 4.19
GOODNESS - OF - FIT FULL STRUCTURAL MODEL MODIFIKASI

Analisis	Kriteria	Hasil Pengujian	Keterangan
Chi-Square	Diharapkan Kecil 48.30538	75.007	<i>Marginal</i>
Probability	≥ 0.05	.209	<i>Fit</i>
CMIN/DF	≤ 2.00	1.136	<i>Fit</i>
GFI	≥ 0.90	.018	<i>Marginal</i>
AGFI	≥ 0.90	.869	<i>Marginal</i>
TLI	≥ 0.95	.977	<i>Fit</i>
CFI	≥ 0.95	.984	<i>Fit</i>
RMSEA	≤ 0.08	.034	<i>fit</i>

Sumber : Lampiran 20 data diolah

Dari data tabel 4.19 bisa dilihat setelah dilakukan modifikasi ada lima nilai yang memenuhi kriteria cut off values yaitu Probability, CMIN/DF, TLI, CFI, RMSEA.

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa uji kesesuaian model ini diterima.

4.2.3.6 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan modifikasi model, dapat dilihat pada tabel 4.20 untuk melihat uji signifikansi yaitu dengan cara melihat probabilitas (p) dengan tingkat signifikansi $P < 0,05$.

Tabel 4.20
HASIL ESTIMASI UJI SEM AKHIR

	Estimate	STD ESTM	S.E.	C.R.	P	Label	Keterangan
Kepuasan <--- Citra perusahaan	.555	.342	.372	1.493	.135	par_11	Tidak Signifikan
Kepuasan <--- Harapan	.791	.632	.320	2.469	.014	par_12	Signifikan
Loyalitas <--- Kepuasan	.935	.872	.151	6.215	***	par_13	Signifikan

Sumber : Lampiran 21 data diolah

Pada tabel 4.20 menunjukkan hasil uji estimasi SEM akhir untuk dapat melihat signifikansi pengaruh antar variabel. Jika variabel memiliki nilai probabilitas (p) dengan $p < 0.05$, maka menunjukkan tingkat signifikansi pengaruh antar variabel sehingga hipotesis dapat diterima.

Dari tabel 4.20 dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji estimasi SEM adalah sebagai berikut :

1. Citra perusahaan mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan, karena memiliki nilai (p) .135. sehingga hipotesis pertama tidak dapat diterima dan tidak teruji kebenarannya.
2. Harapan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan, hal tersebut dikarenakan memiliki nilai (p) .014. sehingga hipotesis kedua dapat diterima dan teruji kebenarannya.
3. Kepuasan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas, hal tersebut dikarenakan memiliki nilai (p) <0.05. Sehingga hipotesis ketiga dapat diterima dan teruji kebenarannya.

4.3 Pembahasan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa model yang telah diuji oleh *Ali Türkyilmaz and Coskun Özkan, et al* (2007) yaitu tentang pengaruh Citra perusahaan, harapan konsumen, persepsi kualitas, persepsi nilai, kepuasan dan loyalitas dengan objek pengguna ponsel di Turki, serta model yang diuji oleh *Abdul Naveed Tariq and Nadia Moussaoui* (2011) yaitu kepuasan pelanggan, kepercayaan, citra perusahaan dan kualitas pelayanan dengan objek nasabah bank di Maroko. Hasil penelitian kali ini menunjukkan adanya perbedaan dengan penelitian terdahulu dimana alasan perbedaan akan dijadikan saran bagi penelitian yang lain. Berdasarkan pengujian menunjukkan hasil sebagai berikut :

4.3.1 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan

Hipotesa pertama (H1) dari penelitian yaitu bahwa Citra perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan. Sehingga (H1) tidak teruji kebenarannya. Hal tersebut tampak dari nilai p yang ternyata >0.05. Hal tersebut

menunjukkan bahwa untuk saat ini citra perusahaan mempunyai sifat yang searah, maksudnya adalah pada saat citra perusahaan naik maka hal tersebut juga akan berpengaruh terhadap naiknya kepuasan dari konsumen tetapi citra perusahaan tidak selalu menjadi faktor utama untuk membangun kepuasan pengguna motor Honda di Surabaya. Hal tersebut bisa terjadi dikarenakan oleh beberapa hal yaitu pengguna motor Honda belum merasakan upaya yang dilakukan oleh Honda untuk bisa membangun citra perusahaan, misalnya upaya untuk memiliki hubungan baik antara Honda dengan pelanggan, masyarakat belum merasakan kontribusi sosial yang dilakukan Honda kepada masyarakat.

4.3.2 Pengaruh Harapan terhadap Kepuasan

Hipotesa kedua (H2) dari penelitian yaitu harapan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan terbukti. Pembuktian hipotesa kedua ini tampak dari nilai $p < 0.05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna motor Honda merasa puas jika harapan mereka terpenuhi. Seperti kualitas dari mesin dari Honda yang lebih bagus jika dibandingkan dengan produk motor lain.

Hasil dalam penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh oleh *Ali Türkyilmaz and Coskun Özkan, et al* (2007). Dimana harapan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan. Berdasarkan hasil tersebut sejalan dengan teori pernyataan dari *Ali Türkyilmaz and Coskun Özkan, et al* (2007) yang menyatakan bahwa semakin banyaknya harapan pelanggan yang dipenuhi oleh perusahaan maka akan besar pula rasa puas yang dirasakan oleh pelanggan tersebut.

4.3.3 Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas

Hipotesa ketiga (H3) dari penelitian yaitu bahwa kepuasan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas terbukti. Pembuktian hipotesa ketiga ini tampak dari nilai $p < 0.05$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa antara kepuasan dan loyalitas memiliki hubungan, ketika kepuasan tinggi maka penggunaan motor Honda akan semakin loyal atau setia terhadap motor Honda.

Hasil dalam penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh dari *Ali Türkyilmaz and Coskun Özkan, et al* (2007). Dimana kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas. Berdasarkan hasil tersebut sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh *Ali Türkyilmaz and Coskun Ozkan, et al* (2007:676) bahwa semakin besar rasa puas yang dirasakan konsumen akan semakin besar pula loyalitas konsumen.