

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek dan Responden Penelitian**

##### **1. Objek penelitian**

Objek penelitian ini adalah batik Sadewa. Batik Sadewa didirikan oleh Bapak Soeparno dan Ibu Sukamti pada tahun 1982. Saat itu merupakan era kejayaan batik Solo, karena baru saja setelah batik Solo muncul, batik menjadi salah satu komoditas dagang terbesar di Jawa tengah khususnya di daerah Solo.

Pada awalnya Ibu Sukamti yang merupakan pengrajin batik tulis mempunyai gagasan mendirikan pabrik, hal ini dimulai ketika banyaknya pengrajin batik Solo yang berasal dari Sragen. Hal ini memicu pemikiran untuk mendirikan pabrik di daerah masing-masing, alasan utamanya tentu karena ingin memperbaiki keadaan ekonomi dan ingin mandiri sebagai pengusaha. Lalu Ibu Sukamti mendirikan pabrik kecil-kecilan di rumah beliau di Kuyang, Kliwonan, Masaran, Kabupaten Sragen, yang sampai sekarang masih berdiri Pabrik yang lumayan besar.

Batik Sadewa merupakan pabrik batik Sragen yang mempertahankan ciri sogan jawa untuk batik tulisnya. Sogan Jawa adalah pewarna coklat alami yang terbuat dari kulit kayu. Ada 3 jenis batik yang tersedia di batik Sadewa, yakni batik tulis, batik cap, dan batik print.

Dimulai dari batik tulis, batik tulis di batik Sadewa dibagi menjadi 2 golongan yaitu batik tulis kasar dan batik tulis halus. Batik tulis

kasar adalah batik tulis yang memakai canting ukuran besar, proses dari mulai pembuatan sampai siap jual kurang lebih sekitar 2 bulan. Batik tulis halus ialah batik tulis yang menggunakan canting ukuran kecil, batik tulis halus ini sangat detail dalam pengerjaannya, proses pewarnaan batik tulis halus memakan waktu 1 bulan dan jika dibolak balik akan sama, karena memang pengerjaannya mencakup dua sisi kain. Selanjutnya adalah batik cap, ini sudah mulai langka, di batik Sadewa hanya memiliki 2 orang karyawan batik cap, karena memang faktor kemampuan yang sudah mulai terbatas. Dan yang terakhir adalah batik print, pembuatannya seperti menyablon kain, dalam sehari batik Sadewa hanya mampu memproduksi kurang lebih sebanyak 250 potong kain batik print. Batik Sadewa mempunyai 45 orang karyawan, terdiri dari 8 orang laki-laki dan 37 perempuan.

## 2. Responden Penelitian

Responden dari penelitian ini adalah orang-orang yang membeli produk batik Sadewa minimal 2 kali dalam satu tahun, serta berusia minimal 17 tahun. Usia 17 tahun keatas dinilai sudah matang dan dapat memahami isi pertanyaan dari kuisisioner dengan baik, sehingga dapat memberikan penilaian yang objektif. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden yang telah memenuhi syarat di atas.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuisisioner langsung kepada para responden. Penyebaran ini

dilakukan dari tanggal 17 Mei sampai dengan 22 Mei 2018. Hasil dari 200 kuisisioner yang diberikan kepada responden, terdapat sebanyak 14 sampel yang tidak valid atau tidak sesuai kriteria.. Sehingga dari 200 kuisisioner yang disebar terdapat 186 kuisisioner yang dapat diolah.

a) Klarifikasi data responden

Responden diklasifikasikan berdasarkan karakteristik jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan terakhir. Deskripsi karakteristik responden akan ditampilkan dalam tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Klasifikasi Data Responden**

<b>Karakteristik Responden</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Total Responden</b>	<b>Persentase</b>
Jenis Kelamin	Laki-laki	91	49%
	Perempuan	95	51%
	<b>Jumlah</b>	186	100%
Usia	<31	56	30%
	31-45	88	47%
	>45	42	23%
	<b>Jumlah</b>	186	100%
Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar	24	13%
	Wiraswasta	23	12%
	Perawat	4	2%
	PNS	84	45%
	Pejabat	50	27%
	Ibu Rumah Tangga	1	1%
	<b>Jumlah</b>	186	100%
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	21	11%
	SMP	0	0%
	D3	7	4%

Tabel 4.1

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Persentase
	S1	122	66%
	S2	36	19%
	<b>Jumlah</b>	<b>186</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang diolah 2018, Lampiran 2

Berdasarkan pada Tabel 4.1 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Jenis kelamin

Pada kategori ini responden laki-laki dan perempuan tidak terlalu banyak selisihnya. Laki-laki dengan presentase sebanyak 49% dengan jumlah 91 responden dan perempuan dengan presentase 51% dengan jumlah responden sebanyak 95.

2) Usia

Pada kategori usia banyak didominasi oleh orang berusia antara 31-45 tahun. Usia 31-45 tahun memiliki presentase sebanyak 47% dengan total 88. Selanjutnya usia kurang dari 31 tahun memiliki presentase 30% dengan total responden sebanyak 56. Setelah itu kategori usia lebih dari 45 tahun memiliki presentase paling sedikit yaitu sebesar 23% dengan total responden sebanyak 42.

3) Pekerjaan

PNS memiliki presentase terbesar yaitu 45% dengan jumlah responden mencapai 84 responden. Selanjutnya diikuti oleh pejabat yang

memiliki presentase 27% dengan total responden 50. Setelah itu dilanjutkan oleh mahasiswa/pelajar yang memiliki presentase 13% dengan total 24 responden dan pegawai BUMN yang memiliki presentase sebanyak 12% dengan total 23 responden. Perawat menempati urutan berikutnya memiliki presentase 2% dengan total 4 responden dan Ibu Rumah Tangga yang memiliki presentase 1% dengan total 1 responden.

#### 4) Pendidikan Terakhir

S1 sangat mendominasi pada kategori pendidikan terakhir. S1 memiliki presentase yang sangat besar yaitu 66% dengan total responden mencapai 122. S2 menempati urutan berikutnya memiliki presentase sebanyak 19% dengan total responden 36. Setelah itu SMA/SMK yang memiliki presentase sebanyak 11% dengan total 21 responden. Selanjutnya SMP memiliki presentase 0% dengan total responden 0

### **B. Uji Kualitas Instrumen dan Data**

Pengujian instrumen dilakukan dengan Confirmatory Factor Analysis (CFA) dan Reliabilitas, CFA digunakan untuk menguji apakah indikator indikator pembentuk variabel laten signifikan serta valid dan Reliabilitas atau Reliability suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa bias. Pada pengujian instrumen peneliti menggunakan sampel berjumlah 102 dengan jumlah 22 item pertanyaan seperti pada indikator definisi operasional variabel, Penyebaran kuesioner kualitas instrumen

dilakukan pada tanggal 31 Mei 2018 sampai dengan tanggal 29 Juni 2018, dengan hasil yang diuraikan di bawah ini:

#### 1. Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Confirmatory Factor Analysis adalah validitas yang masing masing indikator dilihat dari seberapa besar loading factor, dalam banyak penelitian indikator yang dinyatakan valid jika loading factor tersebut  $\geq 0,70$ , tetapi dalam penelitian-penelitian yang belum mapan loading factor  $\geq 0,50-0,60$  masih dapat ditolerir. Penulis mengambil loading factor  $\geq 0,50$  masih dapat diterima, apabila terdapat indikator atau butir pertanyaan yang tidak valid maka akan dilakukan pembuangan dan di running ulang sehingga mendapatkan hasil yang valid. (Ghozali,2011).

##### a) Variabel Citra Merek

**Tabel 3.2**  
Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
CM1	<---	CM	0.938
CM2	<---	CM	0.756
CM3	<---	CM	0.504
CM4	<---	CM	0.676
CM5	<---	CM	0.86

Berdasarkan data *output* yang diperoleh dari hasil uji CFA diatas, maka seluruh instrumen pertanyaan variabel Citra Merek dikatakan *valid*

## b) Variabel Kualitas Produk

**Tabel 4.3**

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
KP1	<---	KP	0.822
KP2	<---	KP	0.621
KP3	<---	KP	0.637
KP4	<---	KP	0.716
KP5	<---	KP	0.684
KP6	<---	KP	0.705
KP7	<---	KP	0.808
KP8	<---	KP	0.743

Berdasarkan data *output* yang diperoleh dari hasil uji CFA diatas, maka seluruh instrumen pertanyaan variabel Kualitas Produk dikatakan *valid*

## c) Variabel Kepuasan

**Tabel 4.4**

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
K1	<---	K	0.801
K2	<---	K	0.927
K3	<---	K	0.73
K4	<---	K	0.913
K5	<---	K	0.772

Berdasarkan data *output* yang diperoleh dari hasil uji CFA diatas, maka seluruh instrumen pertanyaan variabel kepuasan dikatakan *valid*

## d) Variabel Loyalitas Pelanggan

**Tabel 4.5**

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
L1	<---	L	0.887
L2	<---	L	0.873
L3	<---	L	0.955
L4	<---	L	0.514

Berdasarkan data *output* yang diperoleh dari hasil uji CFA diatas, maka seluruh instrumen pertanyaan variabel Loyalitas Pelanggan dikatakan *valid*

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini peneliti menggunakan program SPSS. Menurut Uma Sekaran (2006) mengatakan bahwa reabilitas suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa terjadi bias, dan indikator pertanyaan dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$ . Pengujian instrument menggunakan sampel berjumlah 102 responden, dengan hasil yang dijelaskan pada uraian dibawah ini:

**Tabel 4.6**  
*Reliability Statistics*

	Variabel	N	Cronbach's Alpha
a	Citra Merek	102	0.856
b	Kualitas Produk	102	0.890
c	Kepuasan	102	0.920
d	Loyalitas Pelanggan	102	0.870

### a.) Variabel Citra Merek

Berdasarkan dari data diatas dengan nilai *Cronbach's Alpha* 0,856 maka dapat dikatakan bahwa variabel citra merek diatas reliabel



b.) Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan dari data diatas dengan nilai *Cronbach's Alpha* 0,890 maka dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Produk diatas reliabel

c.) Variabel Kepuasan

Berdasarkan dari data diatas dengan nilai *Cronbach's Alpha* 0,920 maka dapat dikatakan bahwa variabel Kepuasan diatas reliabel

d.) Variabel Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan dari data diatas dengan nilai *Cronbach's Alpha* 0,870 maka dapat dikatakan bahwa variabel Loyalitas Pelanggan diatas reliabel

3. Kesimpulan uji instrumen

Berdasarkan hasil uji instrumen data yang telah dipaparkan di atas dari 20 indikator pertanyaan yang diusulkan, setelah dilakukan pengujian CFA ada 20 indikator pertanyaan yang dikatakan *valid* dengan nilai *loading factor* lebih dari 0,5, dan untuk uji reliabilitas semua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai *cronbach's alpha* >0,6, maka 20 item indikator tersebut menjadi pertanyaan yang valid untuk menguji hipotesis

## C. Hasil Penelitian

### a. Analisa data Structural Equation Modelling (SEM)

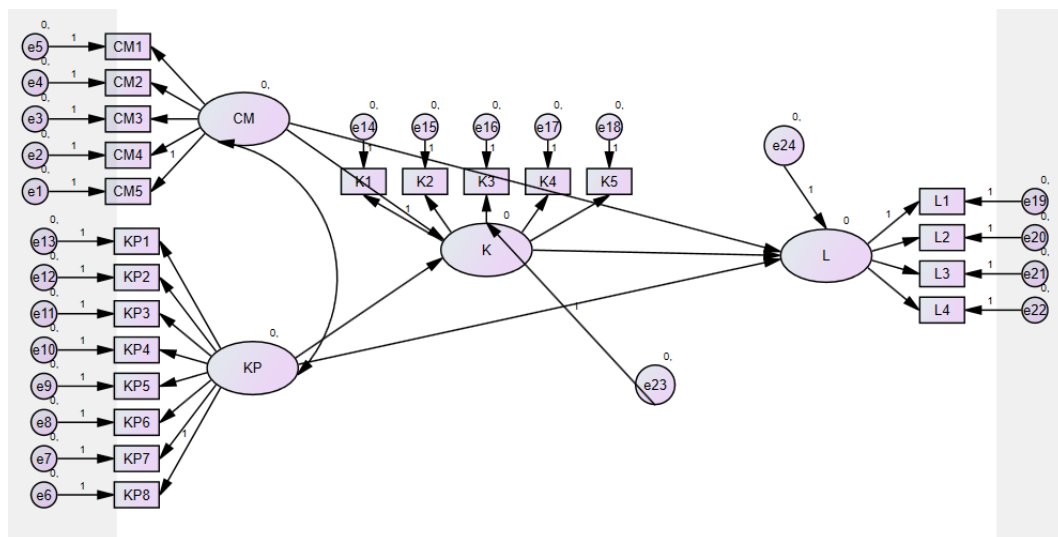
Pemodelan Structural Equation Modeling pada penelitian ini diolah menggunakan software AMOS versi 23, dan berikut tahapan pemodelan SEM pada penelitian ini :

#### a) Pengembangan model berdasarkan teori

Pemodelan SEM pada penelitian ini telah didasari teori yang kuat dan telah di konfirmasi oleh beberapa penelitian terdahulu seperti yang dijelaskan pada bab 2, dan seperti yang disampaikan oleh Ghozali (2011) bahwa hubungan kausalitas antar variabel yang diasumsi oleh peneliti bukan senantiasa hanya didasari dari metode analisis yang dipilih tetapi harus didasari oleh teori yang kuat.

#### b) Menyusun diagram jalur

Membuat diagram jalur adalah langkah kedua dari analisis data SEM, dalam penyusunan diagram jalur memperhatikan hubungan kausalitas dengan diagram jalur dan persamaan struktural, diagram jalur pada penelitian ini tertera pada gambar 4.1 di bawah ini:



Sumber: input AMOS versi 23

**GAMBAR 4.1**  
Pemodelan *Structural Equation Modelling*

c) Merubah diagram jalur menjadi matrik input

Tahapan ini merubah diagram jalur menjadi matrik input model persamaan struktural maupun model pengukuran struktural.

d) Memilih matrik input dan estimasi model

1) Matrik input

Pada tahap ini data input yang berasal dari peneliti yang bersifat mentah di masukan ke dalam AMOS, akan tetapi program merubah data tersebut menjadi data matrik kovarian atau matrik korelasi.

Menurut Ghozali (2011) menyatakan bahwa penggunaan input matrik varian/kovarian digunakan untuk menguji teori, tetapi jika peneliti hanya ingin melihat pola hubungan yang tidak diperlukan uji teori maka input matrik korelasi cukup dapat diterima

untuk model penelitian, dan dalam penelitian ini jenis input matrik yang digunakan adalah input matrik varian/kovarian.

## 2) Estimasi model

Teknik estimasi model persamaan struktural memiliki banyak jenis salah satunya adalah menggunakan maximum likelihood estimation (ML) dimana teknik ini jika digunakan akan lebih efisien dan unbiased jika asumsi norma multivariate telah terpenuhi, akan tetapi masih banyak teknik estimasi model yang tidak sensitif terhadap normalitas data seperti *weighted least squares* (WLS), *generalized least squares* (GLS) dan *asymptotically distribution free* (ADF). Ghozali (2011).

Pada penelitian ini estimasi model yang digunakan adalah Maximum Likelihood Estimation (ML), karena penelitian ini menggunakan estimasi model tersebut maka sampel yang diperlukan minimal 100 dan direkomendasikan maksimal 200 untuk hasil goodness-of-fit yang baik. Ghozali (2011)

## e) Menilai identifikasi model struktural

Pada tahapan ini, model diidentifikasi apakah ada hasil estimasi yang tidak logis atau meaningless, jika terdapat meaningless berarti model penelitian terdapat problem identifikasi, problem identifikasi adalah ketidak mampuan proposed model untuk menghasilkan *unique estimate*.

Indikator cara menentukan model layak untuk diteruskan ke tahap selanjutnya adalah dengan melihat hasil identifikasi, model identifikasi pada pemodelan struktural ada 3 yaitu model unidentifield, just identified dan overidentified. Model identifikasi dapat dikatakan layak jika model tersebut overidentified dengan degrees of freedom bernilai positif. Ghozali (2011)

**Tabel 4.7**  
**Perhitungan Degrees of Freedom**

Number of distinct sample moments	189
Number of distinct parameters to be estimated	39
Degrees of freedom (189 - 39)	150

Sumber: data primer yang diolah

Pada penelitian di atas yang diolah menggunakan AMOS versi 23 menyatakan bahwa degrees of freedom bernilai 150 atau positif maka dapat dikatakan bahwa model tersebut termasuk overidentified dan layak untuk di teruskan ke tahap selanjutnya.

f) Evaluasi model struktural

Pada tahapan evaluasi model struktural terdapat beberapa kriteria yang harus terpenuhi, yang di uraikan di bawah ini:

1) Ukuran sampel

Pada penelitian ini jumlah sampel berjumlah 186, dimana jumlah sampel ini sudah masuk kedalam ketentuan SEM dengan estimasi model maximum likelihood yakni 100-200 sampel.

## 2) Normalitas data

SEM sangat sensitif terhadap karakteristik distribusi data khususnya distribusi data yang melanggar normalitas multivariate atau adanya kurtosis yang tinggi, maka SEM mengharuskan distribusi data bersifat normal secara multivariate. Ghozali (2011) Dalam output AMOS, uji normalitas dilakukan dengan membandingkan nilai critical ratio (CR) pada assessment of normality dengan kritis  $\pm 2,56$  pada level 0,01. Jika ada nilai CR yang lebih besar dari nilai kritis maka distribusi data tersebut tidak normal secara univariate. Sedangkan secara multivariate dapat dilihat pada c.r baris terakhir dengan ketentuan yang sama Ghozali (2011).

**Tabel 4.8**  
**Penilaian Normalitas Data**

Variable	min	max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
L4	1	5	-0.751	-4.202	0.601	1.682
L3	2	5	0.316	1.767	-0.498	-1.394
L2	1	5	-0.642	-3.595	0.122	0.341
L1	1	5	-0.783	-4.385	1.205	1.374
K5	2	5	-0.611	-3.423	0.663	1.855
K4	1	5	-0.833	-4.663	1.553	2.345
K3	2	5	-0.489	-2.736	-0.23	-0.643
K2	1	5	-0.859	-4.808	0.519	1.453
K1	1	5	-1.015	-5.68	1.367	3.826
KP1	1	5	-0.787	-4.406	0.744	2.084
KP2	2	5	0.166	0.93	-0.519	-1.454
KP3	1	5	-1.191	-6.668	2.728	1.636
KP4	1	5	-0.947	-5.299	1.086	2.04
KP5	2	5	-0.76	-4.253	0.993	1.779
KP6	1	5	-0.616	-3.449	0.568	1.589
KP7	1	5	-1.049	-5.869	1.556	2.355

Variable	min	max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KP8	1	5	-0.719	-4.022	0.928	2.199
CM1	1	5	-0.771	-4.316	0.48	1.343
CM2	2	5	-0.487	-2.728	-0.118	-0.331
CM3	1	5	-1.095	-6.127	2.402	2.023
CM4	2	5	-0.731	-4.09	0.906	2.536
CM5	2	5	-0.955	-5.348	2.055	2.153
Multivariate					9.698	2.143

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.19 di atas menunjukkan uji normalitas secara univariate mayoritas berdistribusi normal karena nilai critical ratio (c.r) untuk kurtosis (keruncingan) maupun skewness (kemencengan), berada dalam rentang  $\pm 2,58$ . Sedangkan secara multivariate data memenuhi asumsi normal karena nilai 2,348 berada di dalam rentang  $\pm 2,58$

### 3) Data Outliers

Outlier adalah sebuah hasil observasi yang muncul dengan nilai-nilai yang berbeda yang ekstrim baik secara univariate atau multivariate. Data dikatakan outliers yakni  $p2 < 0,05$ , dan jika terdapat data outliers maka dilakukan eliminasi pada data tersebut sebelum melangkah ke tahapan selanjutnya, karena dalam asumsi structural equation modelling tidak memperbolehkan adanya data outliers

**Tabel 4.12**  
**Pengamatan Data *Outliers***

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
129	65.248	0	0.057
103	55.91	0	0.067
145	55.529	0	0.087
138	54.03	0	0.098
131	51.092	0	0.067
-	-	-	-
-	-	-	-

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan dari hasil di atas dapat disimpulkan bahwa pada data penelitian ini tidak terdapat data outliers dikarenakan pada p2 tidak ada nilai yang  $< 0,05$ , maka setelah tidak ada data *outliers*, dapat melanjutkan ketahapan selanjutnya.

4) *Multicollinearity* dan *singularity*.

Multikolinearitas terjadi apabila terdapat nilai korelasi antar indikator yang nilainya  $> 0.90$  (Ghozali, 2016). Hasil dari pengujian *multicollinearity* dan *singularity* dalam penelitian ini adalah: *Determinant of sample covariance matrix = ,000* Dari hasil *output* perhitungan tersebut dapat diketahui nilai determinan 0,000, dengan demikian tidak terdapat multikolinearitas dalam penelitian ini.



Sample Covariances: (Group number 1)

	MB5	MB4	MB3	MB2	MB1	CM5	CM4	CM3	CM2	CM1	KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	EW1	EW2	EW3	EW4	EW5	EW6	EW7	
MB5	.761																						
MB4	.274	.716																					
MB3	.295	.308	.602																				
MB2	.246	.340	.370	.729																			
MB1	.197	.353	.236	.378	.488																		
CM5	.104	.177	.057	.105	.061	.619																	
CM4	.051	.091	.054	.145	.122	.047	.696																
CM3	.057	.077	.060	.065	.115	.112	.298	.861															
CM2	.099	.027	.017	.020	.029	.111	.162	.328	.725														
CM1	.057	.081	.090	.151	.072	.105	.288	.358	.256	.732													
KM1	.061	.152	.053	.115	.085	.366	.055	.082	.059	.114	.575												
KM2	.307	.208	.215	.237	.151	.046	.036	.004	-.017	-.070	.016	.730											
KM3	.260	.308	.236	.386	.271	.043	.098	.086	-.035	.080	.003	.288	.631										
KM4	.160	.325	.246	.310	.309	.043	.045	.050	.054	.026	.027	.211	.259	.502									
KM5	.216	.253	.244	.202	.260	.071	.042	.139	.104	.081	.059	.157	.147	.323	.444								
EW1	.040	.022	.091	.041	-.022	.126	.103	.199	.321	.187	.043	.074	.057	.025	.052	.797							
EW2	.041	.152	.101	.120	.111	.037	.270	.109	.214	.258	.049	.085	.131	.042	.067	.325	.647						
EW3	.083	.079	.068	.131	.112	.045	.242	.269	.155	.284	.048	.114	.080	.072	.069	.207	.276	.510					
EW4	.086	.055	.126	.100	.093	.055	.192	.316	.169	.249	.068	.107	.088	.101	.095	.168	.128	.341	.460				
EW5	.099	.177	.125	.186	.125	.076	.294	.296	.180	.322	.125	.046	.121	.081	.071	.158	.296	.324	.284	.504			
EW6	.074	.180	.100	.107	.127	.133	.333	.315	.204	.303	.126	.047	.151	.016	.083	.231	.381	.307	.237	.369	.733		
EW7	.109	.159	.139	.111	.165	.065	.210	.190	.202	.188	.077	.071	.071	.081	.089	.228	.250	.244	.228	.355	.627		

Condition number = 45.054

Eigenvalues  
3.925 2.170 .958 .882 .803 .662 .552 .530 .490 .424 .390 .352 .298 .294 .275 .243 .213 .191 .145 .111 .092 .087

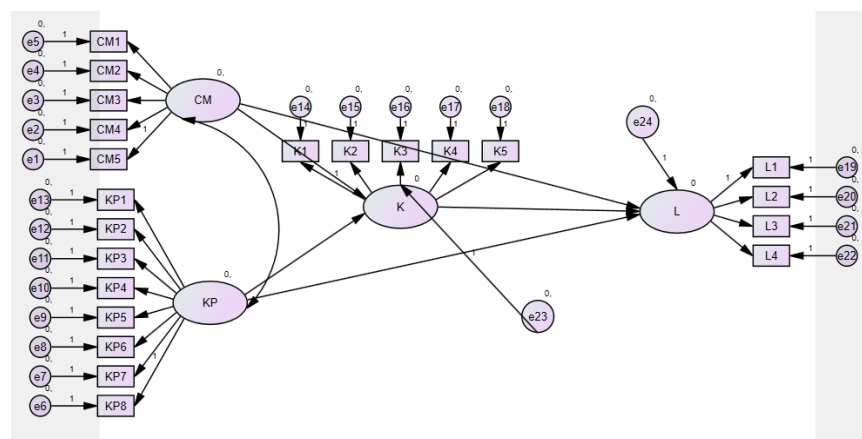
Determinant of sample covariance matrix = .000

GAMBAR 4.2

g) Menilai kriteria goodness-of-fit

Setelah semua asumsi SEM terpenuhi dengan berbagai macam kriteria langkah selanjutnya adalah melakukan overall model fit dengan berbagai macam kriteria penilaian model fit.

1) Output pemodelan SEM



Sumber: pemodelan amos versi 23

GAMBAR 4.3

Output Pemodelan *Structural Equation Modelling*

2) Hasil uji *goodness of fit index*

**Tabel 4.13**  
Goodness of Fit Index

<i>Goodness of Fit Index</i>	<b>Model Penelitian</b>	<i>Cutt off Value</i>	<b>Evaluasi Model</b>
			<b>Kriteria</b>
$X^2$ <i>Chi-Square</i>	1291,0	Diharapkan kecil	Tidak Fit
<i>Probability</i>	0,000	$\geq 0,05$	Tidak Fit
RMSEA	0,169	$\leq 0,08$	Tidak Fit
GFI	0,93	$\geq 0,90$	Fit
AGFI	0,91	$\geq 0,90$	Fit
CMIN/DF	6,360	$\leq 2,00$	Tidak Fit
TLI	0,559	$\geq 0,95$	Tidak Fit
CFI	0,613	$\geq 0,95$	Tidak Fit

Sumber: Ghozali, Imam (2014)

Berdasarkan data dari Tabel 4.21 di atas menunjukkan, AGFI sebesar (0,91) berada pada kategori fit lalu nilai GFI sebesar (0,93) berada pada kategori fit. Sementara hasil dari Chi-Square (1291,0), probability (0,000), RMSEA (0,169), CFI (0,613), TLI (0,559), CMN/DF (06,360), menunjukkan hasil yang tidak fit. Pada hasil uji Goodness of Fit di atas hanya terdapat dua kriteria yang dinyatakan fit, maka peneliti mengacu pada prinsip parsimony yang dikemukakan oleh Arbukle dan Worthe (1999) dalam Solimun (2004) yakni apabila

terdapat satu atau dua kriteria yang telah terpenuhi (fit) maka model secara keseluruhan dapat dikatakan baik atau diterima. Maka, dari prinsip tersebut hasil pengujian model persamaan struktural tersebut diterima dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

Tahapan selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis, dan uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan *regression weights*, kriteria untuk pengujian hipotesis merujuk pada Ghozali (2011) yang berpendapat bahwa jika nilai critical ratio (CR) >1,96 dan p-value dengan perbandingan taraf signifikansi ( $\alpha=5\%$ ) atau <0,05 maka variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen, tetapi jika CR <1,96 dan p-value >0,05 maka variabel eksogen tidak berpengaruh terhadap variabel endogen, CR dengan (\*\*\*) tiga bintang berarti bernilai nilai sangat rendah yaitu <0,001

**Tabel 4.14**  
**Hasil Output Regression Weights**

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Keterangan
K	<--- CM	0.636	0.082	7.777	***	Signifikan
K	<--- KP	0.258	0.053	4.901	***	Signifikan
L	<--- K	0.212	0.482	0.439	0.011	Signifikan
L	<--- CM	0.758	0.309	2.45	0.014	Signifikan
L	<--- KP	0.435	0.155	2.81	0.005	Signifikan

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas mendapatkan hasil bahwa dari hipotesis 1 sampai dengan hipotesis 5, semua hipotesis berpengaruh signifikan. Untuk lebih jelasnya akan diuraikan berdasarkan setiap hipotesisnya sebagai berikut :

a) Pengujian Hipotesis 1 (**H1**)

Hipotesis 1 menduga bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa (**H1**) memiliki pengaruh positif antara variabel citra merek terhadap variabel kepuasan pelanggan, karena berdasarkan hasil di atas nilai C.R yang dimiliki adalah 7,777 dan nilai P yang dimiliki adalah (\*\*\*) atau  $<0,001$ , sehingga memenuhi kriteria pengaruh hubungan variabel, kriteria yang diharuskan dengan nilai C.R  $>1,96$  dan tingkat signifikansi P  $<0,05$ , Maka berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b) Pengujian Hipotesis 2 (**H2**)

Hipotesis 2 menduga bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa (**H2**) memiliki pengaruh positif antara variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan pelanggan, karena berdasarkan hasil di atas, nilai C.R yang dimiliki adalah 4.901 dan nilai P yang dimiliki adalah (\*\*\*) atau  $<0,001$ , sehingga dapat memenuhi kriteria pengaruh hubungan variabel, dengan kriteria nilai yang diharuskan C.R  $>1,96$  dan tingkat signifikansi P  $<0,05$ , Maka berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

c) Pengujian Hipotesis 3 (**H3**)

Hipotesis 3 menduga bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa (**H3**) memiliki pengaruh positif antara variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan, karena berdasarkan hasil di atas, nilai C.R yang dimiliki adalah 4.039 dan nilai P yang dimiliki adalah 0.11 atau  $<0,001$ , sehingga dapat memenuhi kriteria pengaruh hubungan variabel, dengan kriteria nilai yang diharuskan C.R  $>1,96$  dan tingkat signifikansi P  $<0,05$ , Maka berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

d) Pengujian Hipotesis 4 (**H4**)

Hipotesis ini menduga bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa (**H4**) memiliki pengaruh positif antara citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Karena berdasarkan hasil di atas nilai C.R yang dimiliki adalah 2.45 dan nilai P yang dimiliki adalah 0,014 sehingga memenuhi kriteria pengaruh hubungan variabel, kriteria yang diharuskan dengan nilai C.R  $>1,96$  dan tingkat signifikansi P  $<0,05$ , Maka berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa variabel citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

e) Pengujian Hipotesis 5 (**H5**)

Hipotesis 5 menduga bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa (**H5**) memiliki pengaruh positif antara variabel kualitas produk terhadap variabel loyalitas pelanggan, karena berdasarkan hasil di atas, nilai C.R yang dimiliki adalah 2,81 dan nilai P yang dimiliki adalah 0,005 sehingga dapat memenuhi kriteria pengaruh hubungan variabel, dengan kriteria nilai yang diharuskan  $C > 1,96$  dan tingkat signifikansi  $P < 0,05$ , maka berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 4.15  
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Variabel	Citra merek	
	<i>Direct</i>	<i>Indirect</i>
Loyalitas	.702	.125

Variabel	Kualitas prroduk	
	<i>Direct</i>	<i>Indirect</i>
Loyalitas	.476	.060

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas mendapatkan hasil bahwa dari hipotesis 6 dan hipotesis 7, kedua hipotesis tidak berpengaruh signifikan. Untuk lebih jelasnya akan diuraikan berdasarkan setiap hipotesisnya sebagai berikut :

f) Pengujian Hipotesis 6 (**H<sub>6</sub>**)

Berlandaskan dari nilai pengaruh langsung citra merek terhadap loyalitas pelanggan yaitu 0,702, dan nilai pengaruh tidak langsung citra merek terhadap loyalitas pelanggan yaitu 0,125. Itu berarti bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dari nilai pengaruh tidak langsung. Serta merujuk pada Ghozali (2011) yang menyatakan bahwa tingkat signifikansi dilihat dari p-value lebih besar 0,5 atau 50%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

g) Pengujian Hipotesis 7 (**H<sub>7</sub>**)

Berlandaskan dari nilai pengaruh langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yaitu 0,476, dan nilai pengaruh tidak langsung citra merek terhadap loyalitas pelanggan yaitu 0,06. Itu berarti bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dari nilai pengaruh tidak langsung. Serta merujuk pada Ghozali (2011) yang menyatakan bahwa tingkat signifikansi dilihat dari p-value lebih besar 0,5 atau 50%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan berbagai analisis data yang telah dilakukan pada masyarakat yang membeli produk batik sadewa minimal 2 kali dalam satu tahun dan berumur minimal 17 tahun dengan menggunakan teknik analisis SEM menunjukkan hasil-hasil sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis, maka diperoleh hasil bahwa hipotesis 1 menyatakan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan batik Sadewa, dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima karena adanya pengaruh hubungan antar variabel. Pada hipotesis ini maka sejalan dengan hasil penelitian Anung Pramudyo (2012) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif signifikan antara variabel citra merek terhadap kepuasan pelanggan.

2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis, maka diperoleh hasil bahwa hipotesis 2 menyatakan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan batik Sadewa. Dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima karena adanya pengaruh hubungan antar variabel. Pada hipotesis ini maka sejalan dengan hasil penelitian Palma dan Andjarwati (2016) yang menyatakan bahwa



adanya pengaruh positif signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis, maka diperoleh hasil bahwa hipotesis 3 menyatakan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan batik Sadewa. dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima karena adanya pengaruh hubungan antar variabel. Pada hipotesis ini maka sejalan dengan Laila Dkk (2017) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

4. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis, maka diperoleh hasil bahwa hipotesis 4 menyatakan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan batik Sadewa. Dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 diterima karena adanya pengaruh hubungan antar variabel. Pada hipotesis ini maka sejalan dengan hasil penelitian Anung Pramudyo (2012) yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

5. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis, maka diperoleh hasil

bahwa hipotesis 5 menyatakan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan batik Sadewa. Dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 diterima karena adanya pengaruh hubungan antar variabel. Pada hipotesis ini maka sejalan dengan hasil penelitian Kurniawati dkk (2014) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

6. Citra merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis, maka diperoleh hasil bahwa hipotesis 6 menyatakan citra merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan produk batik Sadewa. Dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 tidak diterima karena tidak adanya pengaruh hubungan antar variabel

7. Kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis, maka diperoleh hasil bahwa hipotesis 7 menyatakan kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan produk batik Sadewa. Dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 tidak diterima karena tidak adanya pengaruh hubungan antar variabel.