

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang akan menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

A. Latar Belakang Masalah

Melihat kenyataan dunia bisnis terus berkembang, maka tuntutan akan produk pun semakin beragam dan terus-menerus bertambah. Di dalam hidup manusia tidak lepas dari berbagai macam kebutuhan, mulai dari kebutuhan dasar sampai pada tingkat kebutuhan yang lebih tinggi. Salah satu kebutuhan konsumen adalah informasi dan pengetahuan yang bisa dipenuhi dengan mengkonsumsi media telekomunikasi. Sejalan dengan meningkatnya permintaan konsumen akan informasi, maka terbuka peluang bagi pengusaha khususnya industri media telekomunikasi untuk menyediakan kebutuhan konsumen tersebut. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya media telekomunikasi komersil yang bermunculan, mulai dari televisi, radio, internet, surat kabar, dan lain-lain. Hal tersebut menjadikan sebuah catatan bagi para pelaku bisnis tersebut untuk tetap eksis menghadapi persaingan yang begitu ketat.

Pelaku bisnis di bidang radio, yaitu media telekomunikasi yang mengandalkan indera pendengaran, juga menghadapi permasalahan yang sama. Saat ini jumlah persaingan radio begitu ketat dengan begitu banyaknya nama-nama radio bermunculan. Jumlah radio ini meningkat tajam pasca reformasi. Data di Depkominfo (28 Desember 2007), terdapat 2205

permohonan izin penyelenggaraan penyiaran dari lembaga penyiaran. 185 diantaranya adalah lembaga penyiaran televisi. Sisanya, 2020 adalah lembaga penyiaran radio, termasuk didalamnya 847 anggota PRSSNI.

Sama halnya di Surakarta, pertumbuhan tersebut menjadikan jumlah stasiun radio hingga April 2009 sebanyak 26 buah. Hal ini tentunya menjadi ancaman bagi masing-masing stasiun radio tersebut dalam memperebutkan pendengar. Namun sisi baiknya persaingan mampu mendorong stasiun radio menyajikan program acara yang variatif.

Setiap radio mengusung tema yang berbeda untuk lebih mengesankan pada pendengarnya. Misalnya radio hiburan, radio berita, radio agamis, maupun radio kesehatan. Bervariasinya tema stasiun radio menimbulkan adanya keharusan dari masing-masing stasiun radio untuk memunculkan program unggulan masing-masing yang diharapkan memberi warna tersendiri bagi pendengarnya.

Intensitas pendengar dalam mendengarkan program radio didasarkan pada kesetiaan mereka mengikuti program yang disiarkan. Kesetiaan konsumen merupakan tema yang sering diangkat sebagai penelitian mengingat kesetiaan merupakan usaha perusahaan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan penjualan dengan efektif melebihi usaha mencari pelanggan baru. Maka dari itu, pertanyaan mengenai apa yang menyebabkan kesetiaan telah muncul dan menjadi tema yang menarik untuk dibahas. Kesetiaan / *loyalty* memunculkan keuntungan bagi perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dengan adanya intensitas pengulangan konsumsi serta pemberian

referensi pada orang lain (Lau and Lee,1999). Sama halnya dengan bisnis di bidang radio, semakin tinggi kesetiaan pendengar mengikuti program acara, maka semakin tinggi profit yang dihasilkan. Profit bisa diwujudkan dengan tingginya permintaan iklan jika program radio tersebut memiliki pendengar yang banyak.

Beberapa penelitian mengenai kesetiaan merek telah dibuat baik dalam negeri maupun luar negeri. Kebanyakan dari penelitian tersebut selalu memunculkan variabel kepercayaan produk sebagai pemicunya. Seperti halnya yang dipaparkan O'shaugnessy dalam *Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty* (Lau and Lee,1999) bahwa tinggi rendahnya kesetiaan merek di pengaruhi oleh tinggi rendahnya kepercayaan konsumen pada merek tersebut. Hal yang sama disebutkan oleh Chauduri&Holbrook dalam *The chain of Effects from "Brand Trust And Brand Affect To Brand Performance : The Role of Brand Loyalty"* bahwa kepercayaan merek dan pengaruh merek adalah dua faktor yang mempengaruhi kesetiaan konsumen.

Penelitian lain tentang pengaruh kepercayaan merek pada kesetiaan dilakukan oleh Delgado & Bellester. Mereka mendefinisikan kepercayaan sebagai perasaan aman yang didasarkan pada kepercayaan dan yakin apa yang dipercayainya itu tidak akan berbohong, mengingkari janjinya ataupun mengambil keuntungan dengan merugikannya. Definisi yang lain menyebutkan kepercayaan adalah kenyamanan pada suatu reliansi, kualitas dan atribut pada seseorang atau sesuatu atau kebenaran dari sebuah pernyataan. Sedangkan dalam Lau and Lee mengatakan kepercayaan adalah

keinginan melakukan sesuatu tanpa memperhitungkan keuntungan maupun kerugian.

Banyaknya definisi mengenai kepercayaan disebabkan oleh dua hal, pertama, kepercayaan merupakan konsep yang abstrak dan biasanya digunakan untuk menggambarkan sebuah kredibilitas, reliabilitas dan kenyamanan. Maka dalam mendefinisikan kepercayaan peneliti cenderung menggunakan istilah yang dihubungkan dengan objek yang diteliti sehingga terjadi perbedaan definisi kepercayaan antara penelitian satu dengan yang lainnya. Kedua, kepercayaan merupakan konsep multi faceted yang dipengaruhi perasaan kognitif, emosi, dimensi perilaku (Wang and Emurian, 2004). Maka dengan adanya perbedaan pengertian kepercayaan menimbulkan adanya perbedaan cara dalam menelitinya. Nissenbaum (2001) dalam Wang and Emurian (2004) menjelaskan,

“kepercayaan memiliki kekayaan konsep, yang meliputi berbagai hubungan, berkaitan dengan berbagai objek....”

“...maka sebuah landasan dalam mendefinisikan kepercayaan dan mengukurnya dapat didasarkan pada karakteristik konsumen dan hubungan keduanya”

Jadi dalam mendefinisikan trust pada program radio dapat didasarkan pada karakteristik pendengar dan relationshipnya.

Lau and Lee (1999) menyebutkan bahwa kepercayaan ditimbulkan dari tiga karakteristik, yaitu karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik konsumen. Karakteristik merek terbentuk dari persepsi konsumen

mengenai reputasi merek dan prediksi atas merek. Karakteristik perusahaan terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produsen merek, yang terdiri dari kepercayaan pada perusahaan, reputasi perusahaan dan integritas perusahaan. Dan karakteristik konsumen mencakup kesenangan konsumen pada merek, pengalaman mengkonsumsi serta kepuasan yang dialami.

Rasa percaya dibangun dari pengalaman dan interaksi serta perkiraan untuk dapat mengandalkan serta mempercayai dan akhirnya meyakini (Rempel *et al.*, 1985 dalam Elliot & Yannopoulou, 2007). Kepercayaan dibentuk dari bagaimana karakteristik perusahaan penyedia layanan terutama kompetensi (Gummerus *et al.*, 2004). Lebih lanjut, kepercayaan juga dibangun melalui reputasi suatu perusahaan (Zeithaml *et al.*, 2000 dalam Gummerus *et al.*, 2004). Lau and Lee (1999) menjelaskan bahwa kepercayaan pada perusahaan akan menimbulkan kepercayaan pada merek. Hess&Story (2005) menyebutkan kepercayaan di bentuk dari 4 hal yaitu karakteristik merek, karakteristik konsumen, performa produk dan respon perusahaan. Berbagai penelitian di atas memiliki beberapa kesamaan hanya berbeda dalam pemisahnya.

Penelitian ini menggunakan model penelitian Lau and Lee (1999) yang telah direvisi, dengan menjadikan variabel karakteristik program (reputasi program perkiraan program dan kompetensi program), karakteristik stasiun radio (reputasi stasiun radio) dan karakteristik program-pendengar (kesukaan pada program) sebagai indikan untuk meneliti kepercayaan pendengar pada program radio.

Radio Mentari FM merupakan satu-satunya radio kesehatan di kota Surakarta. Peneliti memilih Radio Mentari FM sebagai objek penelitian mengingat Radio Mentari FM merupakan stasiun radio yang memiliki skala pendengar yang banyak, sehingga diharapkan mempermudah dalam meneliti tingkat kesetiaan pendengar. Sedangkan alasan pemilihan program kesehatan “Konsultasi Penyakit Dalam” karena program tersebut memiliki karakteristik yang kuat serta program tersebut merupakan program unggulan Radio Mentari FM. Selain itu tema yang diulas sesuai dengan karakteristik Radio Mentari FM sebagai stasiun radio kesehatan dan memiliki jumlah pendengar paling banyak di antara program kesehatan Radio Mentari FM.

Maka dengan melihat permasalahan dan data-data diatas, penelitian ini mengambil judul “PENGARUH KEPERCAYAAN PADA LOYALITAS PENDENGAR RADIO (Studi Pada Program Kesehatan “Konsultasi Penyakit Dalam” Radio Radio Mentari FM)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini ada enam rumusan masalah yang diajukan.

1. Apakah reputasi program Konsultasi Penyakit Dalam Radio Mentari FM berpengaruh pada kepercayaan program?
2. Apakah perkiraan program Konsultasi Penyakit Dalam Radio Mentari FM berpengaruh pada kepercayaan program?
3. Apakah kompetensi program Konsultasi Penyakit Dalam Radio Mentari FM berpengaruh pada kepercayaan program?

4. Apakah kepercayaan pada stasiun berpengaruh pada kepercayaan program Konsultasi Penyakit Dalam Radio Mentari FM?
5. Apakah kesukaan pada program Konsultasi Penyakit Dalam Radio Mentari FM berpengaruh pada kepercayaan program?
6. Apakah kepercayaan program Konsultasi Penyakit Dalam Radio Mentari FM berpengaruh pada loyalitas program?

C. Tujuan Penelitian

Studi ini bertujuan untuk mengetahui beberapa hal :

1. Mengetahui pengaruh reputasi program pada kepercayaan program.
2. Mengetahui pengaruh perkiraan program pada kepercayaan program.
3. Mengetahui pengaruh kompetensi program pada kepercayaan program.
4. Mengetahui pengaruh kepercayaan pada stasiun radio terhadap kepercayaan program.
5. Mengetahui pengaruh kesukaan program pada kepercayaan program.
6. Mengetahui pengaruh kepercayaan program pada loyalitas program.

D. Manfaat Penelitian

1. *Kemanfaatan bagi praktisi*

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pengaruh kepercayaan atas program terhadap kesetiaan program, sehingga nantinya dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan strategik perusahaan di waktu yang akan datang.

2. *Kemanfaatan bagi akademisi*

Model dalam penelitian ini diharapkan mampu mengkonfirmasi teori-teori yang terkait dengan alasan yang mempengaruhi kepercayaan pada

program dan dapat dijadikan salah satu referensi bagi kalangan akademisi sekaligus memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pembahasan pada bab ini bertujuan untuk menguraikan tinjauan pustaka yang memuat teori-teori relevan dan mendukung analisis serta pemecahan masalah yang terdapat dalam penelitian ini. Dalam bab ini juga diuraikan penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis yang digunakan.

A. Landasan Teori

1. Reputasi Program

Menurut Charles J. Fombrun dalam bukunya *Reputation* (1996,p3-6), reputasi mewakili sejarah pengalaman orang lain dengan penyedia jasa.

Reputasi yang baik akan meningkatkan kepercayaan, sehingga dapat membuat konsumen lebih percaya terhadap apa yang diinginkan sesuai dengan apa yang dijanjikan. Reputasi juga memiliki kekayaan tersembunyi di portofolio mereknya. Pada kenyataannya, reputasi merupakan simbol promosi yang berguna bagi perusahaan besar. Reputasi menjadi hal yang penting dimanapun, spontan, dan bernilai tinggi untuk mengarahkan anggapan orang lain. Reputasi merupakan hal yang mendukung dalam bisnis, dan mempengaruhi oleh kompetisi, pasar, dan kerjasama.

Saat ini reputasi sangat penting bagi perusahaan karena reputasi yang terbentuk di masyarakat akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam hal penjualan produk dan jasa mereka. Reputasi

merupakan sebuah aset perusahaan yang tidak nampak namun merupakan sebuah aset terpenting bagi perusahaan. Reputasi lebih dari sekedar persepsi visual, tetapi lebih menunjukkan karakter sebuah perusahaan di mata publik (Fombrun, 1996). Lau & Lee (1999) menjelaskan bahwa reputasi mengacu pada opini orang lain bahwa sesuatu yang bersangkutan adalah bagus dan dapat dipercaya. Reputasi program merupakan sebuah opini dari orang lain bahwa program tertentu memiliki kualitas yang bagus dan mampu memberikan informasi yang dapat dipercaya. Jika seseorang beranggapan bahwa orang-orang lain berpendapat bahwa suatu program itu bagus, maka ia akan cukup percaya untuk mengikuti acaranya. Iklan, *public relation*, kualitas program dan performa program merupakan beberapa hal yang mampu mempengaruhi reputasi program.

2. Perkiraan Program

Perkiraan atau prediksi terhadap program membuat pendengar tidak ragu-ragu mengikuti program. Dikatakan dalam Lau & Lee (1999) merek yang dapat diprediksi adalah sebuah merek yang mempunyai konsistensi dalam perubahan, dengan begitu konsumen dapat memprediksi perubahan merek tersebut dengan mudah dan menganggap perubahan apapun adalah sesuatu yang aman dan tidak akan mengurangi kepuasan dalam mengkonsumsi. Demikian pula pada program, pendengar juga akan mampu memperkirakan bahwa apapun informasi yang diberikan program adalah informasi yang aman. Perkiraan merujuk pada pengertian

kemampuan suatu bagian yang dipakai untuk memperkirakan bagian yang lain (Doney & Cannon, 1997 dalam Lau & Lee, 1999).

Perkiraan program akan mempertinggi tingkat kepercayaan program karena prediksi program mampu menumbuhkan harapan-harapan positif.

3. Kompetensi Program

Kompetensi merek adalah kemampuan merek untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Lau & Lee, 1999). Kompetensi pada program meliputi sebuah kompetensi /kemampuan sebuah program memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan konsumen. Diyakini bahwa, kepercayaan pelanggan dibentuk antara lain oleh kompetensi perusahaan (Mayer *et al.*, 1995 dalam Gummerus *et al.*, 2004). Butler & Cantrell (1984) dalam Lau & Lee (1999), sepakat bahwa kompetensi akan mempengaruhi kepercayaan. Konsumen dapat menilai kompetensi suatu merek setelah menggunakan secara langsung maupun melalui *word of mouth communication* (Lau & Lee, 1999).

4. Kepercayaan pada Stasiun Radio

Ketika sebuah kesatuan telah dipercaya maka kesatuan yang lebih kecil di dalamnya juga akan cenderung dipercaya karena kesatuan yang lebih kecil tersebut merupakan bagian kesatuan yang lebih besar.(Lau & Lee, 1999) . Stasiun radio merupakan kesatuan yang lebih besar dan program adalah kesatuan di dalamnya. Apabila sebuah stasiun radio sudah

mendapat kepercayaan dari konsumen maka program yang disiarkannya pun akan cenderung dipercayai.

Kepercayaan sangat penting dalam pemasaran, karena hubungan kolaboratif antara konsumen dan perusahaan dibangun dengan dasar kepercayaan. Kepercayaan pada perusahaan dapat menguntungkan dalam jangka panjang (Morgan & Hunt, 1994)

5. Kesukaan Pada Program

Bannet dalam Lau & Lee (1999), menjelaskan bahwa untuk memulai sebuah hubungan dimulai dari rasa suka. Rasa suka akan mempengaruhi kepercayaan (Nicholson et al., 2001). Ketika pendengar menyukai suatu program tertentu mereka akan berusaha untuk mencari tahu lebih banyak tentang program tersebut. Rasa suka akan menghasilkan kesungguhan, perhatian, ketergantungan, kebenaran, dan pertimbangan, serta semua hal yang berhubungan dengan kepercayaan dan hal ini akan mengantarkan pendengar pada rasa percaya terhadap program (Tylor *et al.*, 1994).

6. Kepercayaan pada Program

Lau & Lee,(1999) mengemukakan bahwa kepercayaan pada merek digambarkan sebagai kesediaan konsumen menggantungkan dirinya karena adanya harapan bahwa suatu merek akan memberikan hasil yang positif. Demikian pula pada kepercayaan program, pendengar yang memiliki kepercayaan akan mempercayai informasi yang disampaikan program. Kepercayaan merupakan harapan yang tinggi bahwa suatu merek

akan memberikan hasil yang positif pada pelanggan (Delgado, Munuera, 2005).

7. Loyalitas

Membangun loyalitas merupakan tujuan utama dari rencana pemasaran suatu perusahaan (Fournier & Yao, 1997 dalam Delgado & Munuera, 2001). Secara lebih luas, loyalitas adalah salah satu cara bagi konsumen untuk mengekspresikan kepuasan akan suatu produk atau pelayanan yang diterimanya (Bloomer & Kasper, 1995 dalam Delgado & Munuera, 2001). *Brand loyalty* merupakan sebuah proses berkelanjutan serta mempertahankan nilai dari suatu hubungan yang telah diciptakan oleh *trust* (Chaudhuri & Hobrook, 2001).

Fungsi loyalitas merek antara lain: a) mengurangi biaya pemasaran, dengan argumen mempertahankan pelanggan dibandingkan dengan upaya mendapatkan pelanggan baru, maka dapat dikatakan dengan loyalitas pendengar yang tinggi maka stasiun radio tidak perlu mengeluarkan biaya pemasaran yang besar untuk mencari pendengar baru b) meningkatkan perdagangan, loyalitas yang kuat akan menghasilkan peningkatan frekuensi mengkonsumsi. Sehingga dengan loyalitas yang tinggi maka pendengar tidak akan melewatkan program yang disiarkan. c) menarik minat pendengar baru, semakin banyaknya pendengar yang merasa sebuah program itu bagus maka akan menimbulkan perasaan yakin bagi pendengar baru untuk ikut mendengarkan program tersebut. d) memberi waktu untuk merespon ancaman persaingan, loyalitas merek akan

memberikan waktu pada sebuah stasiun radio untuk merespons serangan stasiun radio lain. Karena tatkala stasiun radio lain memberikan acara baru yang lebih baik, pendengar yang loyal tidak akan langsung beralih, namun akan memberikan waktu dan masukan untuk memperbaiki.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berhubungan dengan merek, khususnya yang berkaitan dengan variabel yang mempengaruhi kepercayaan maupun pengaruh kepercayaan pada loyalitas juga telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Geok Theng Lau dan Sook han Lee (1999) melakukan penelitiannya pada konsumen di Singapura yang berjudul “*Consumer Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *brand predictability*, *brand liking*, *brand competence*, *brand reputation* serta *trust in the company* berpengaruh pada *trust in brand*, selain itu penelitian ini juga menemukan bahwa *trust in a brand* berpengaruh positif terhadap *brand loyalty*.

Sedangkan pada penelitian Bennet & Gabriel (2001) menjelaskan bahwa reputasi merek merupakan sebuah moderator yang mempengaruhi kepercayaan pada komitmen. Kemudian penelitian yang menggambarkan pengaruh *liking brand* pada kepercayaan ditunjukkan oleh C.Y. Nicholson, L.D. Compeau dan R. Sethi. (2001) dengan judul “*The role of interpersonal liking in building trust in long-term channel relationships*”. Penelitian ini

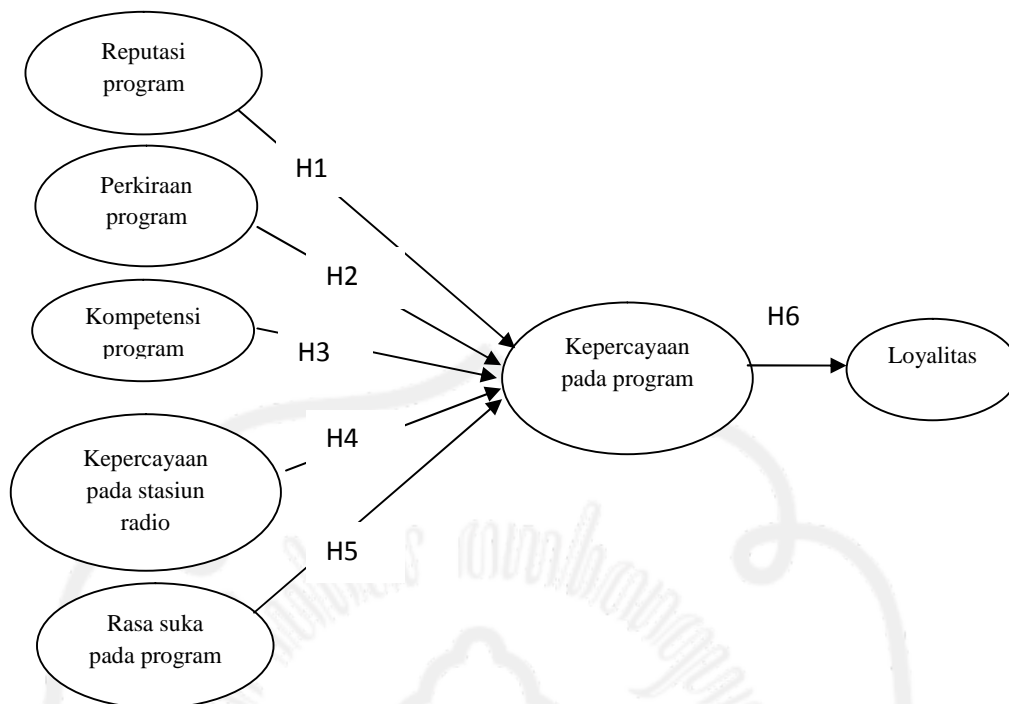
menjelaskan bahwa kesukaan pada merek mampu mempengaruhi kepercayaan pada merek tersebut.

Literatur yang mendukung kompetensi program mempengaruhi kepercayaan program adalah “*An analysis of antecedents and consequences of trust in a corporate brand*” ,sebuah penelitian Christina Sichtmann (2007). Peneliti melakukan interview pada 308 responden secara *face to face* di Jerman. Hasil penelitian menyebutkan bahwa kompetensi dan kredibilitas merupakan sebuah anteseden kepercayaan, serta kepercayaan akan mendukung *WOM behaviour*.

Kepercayaan seseorang akan mempengaruhi komitmennya pada sesuatu (Delgado,Ballester;2001). Penelitian ini meneliti 173 ibu-ibu yang memiliki anak umur 0-4 tahun sebagai pengonsumsi makanan bayi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan seseorang akan mempengaruhi komitmennya, maka dengan demikian penelitian ini bisa digunakan untuk mendukung kepercayaan program mampu meningkatkan loyalitas pada program.

C. Kerangka Pemikiran

Dari tinjauan pustaka dan beberapa dasar teori yang ada serta pemahaman terhadap penelitian sebelumnya yaitu berdasarkan dari hipotesis dan model yang dikembangkan dan direvisi oleh Lau & Lee (1999), kerangka pemikiran dalam penelitian ini tampak pada gambar II.1.



Gambar II.1 : Kerangka Pemikiran

Sumber: Geok Theng Lau & Sook Han Lee (1999), *Consumers Trust In A Brand And The Link To Brand Loyalty, Journal Of Market Focuse*.

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran dan hasil dari penelitian sebelumnya yang dijelaskan di awal, maka hipotesis penelitian ini adalah :

- H1** : reputasi program berpengaruh positif pada kepercayaan program.
- H2** : perkiraan program berpengaruh positif pada kepercayaan program.
- H3** : kompetensi program berpengaruh positif pada kepercayaan program.
- H4** : kepercayaan stasiun radio berpengaruh positif pada kepercayaan program.
- H5** : kesukaan program berpengaruh positif pada kepercayaan program.

H6 : kepercayaan program berpengaruh positif pada kesetiaan mengikuti program.



BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang hal-hal yang terkait langsung dengan pengumpulan data yang akan digunakan dalam pengujian hipotesis. Berturut-turut akan diuraikan tentang desain penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, pengukuran variabel dan definisi operasional, sumber data, metode pengumpulan data, prosedur dan analisis data, serta estimasi dan pengujian model struktural.

A. Desain Penelitian

- **Tujuan Studi**

Penelitian ini dikategorikan ke dalam penelitian pengujian hipotesis (*Hypotesis Testing*), biasanya menjelaskan sifat hubungan tertentu, atau menentukan perbedaan antar kelompok atau kebebasan (*Independent*) dua atau lebih faktor dalam suatu situasi. Pengujian hipotesis adalah sarana untuk menguji apakah pernyataan jika-maka yang dihasilkan dari kerangka teoritis benar adanya ketika dihadapkan pada penyelidikan yang ketat (Sekaran, 2006). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara reputasi program, prediksi program, kompetensi program, kepercayaan pada stasiun radio, dan kesukaan program pada kepercayaan program serta kepercayaan program pada loyalitas program.

Metode survei digunakan dalam penelitian ini, yaitu suatu metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu (Jogiyanto, 2004). Dalam penelitian ini, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuisioner.

- **Tipe Hubungan Variabel**

Berdasarkan tipe hubungan variabel, penelitian ini termasuk ke dalam studi kausal (*Study Causal*), yaitu studi di mana peneliti ingin menemukan *penyebab* dari satu atau lebih masalah (Sekaran, 2006).

- **Situasi (*setting*) Penelitian**

Dilihat dari situasi penelitian, penelitian ini termasuk ke dalam studi lapangan (*Field Study*), yaitu studi yang dilakukan dalam situasi alami dengan jumlah intervensi minimal dari peneliti terhadap arus kejadian dalam situasi (Sekaran, 2006).

- **Unit Analisis**

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu (*Individual*). Unit analisis merujuk pada tingkat kesatuan data yang dikumpulkan selama tahap analisis data selanjutnya (Sekaran, 2006).

- **Horison Waktu**

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian dapat dikategorikan menjadi *cross-sectional study* dan *longitudinal studi*. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian *cross sectional study*, yaitu studi yang dapat dilakukan dengan data yang hanya sekali dikumpulkan, mungkin

selama periode harian, mingguan, atau bulanan, dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian.

- **Pengukuran Variabel**

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert (*Likert Scale*), yaitu skala interval yang secara spesifik menggunakan lima pilihan, seperti Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju, dan Sangat Setuju (Sekaran, 2006).

B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2006). Penelitian ini dilakukan dengan mengambil populasi semua pendengar Konsultasi Penyakit Dalam Radio Mentari FM.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi, jumlahnya lebih sedikit dari jumlah populasi (Subagyo dan Djarwanto, 2005). Syarat utama pemilihan sampel adalah sampel harus bisa mewakili populasi sampel dan cermin dari populasi. Menurut Ferdinand (2006), terdapat beberapa pedoman dalam menentukan ukuran sampel:

- a) 100-200 sampel untuk teknik maximum Likelihood Estimation.

- b) Tergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi.
- c) Tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten. Jumlah sampel adalah jumlah indikator dikali 5 sampai 10.
- d) Bila sampelnya sangat besar, maka peneliti dapat memilih teknik estimasi.

Berdasarkan pedoman di atas maka jumlah sampel minimum dapat ditentukan dari 5 kali indikator yang digunakan, yaitu 39 indikator sehingga jumlah sampel yang diambil adalah 195

Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Ada beberapa alasan mengapa peneliti menggunakan sebagian sampel untuk diteliti.

- a) Dalam praktek peneliti tidak mungkin melakukan pengumpulan dan pengujian terhadap setiap elemen populasi.
- b) Pengumpulan dan pengujian terhadap setiap elemen populasi, akan memerlukan banyak waktu, biaya, dan orang yang melaksanakan.
- c) Penelitian terhadap sebagian elemen populasi, kadang-kadang memberikan hasil yang lebih dapat dipercaya dan kesalahan dalam pengumpulan data relatif lebih kecil, terutama jika elemen-elemen terdiri atas banyak data.
- d) Pengujian terhadap seluruh elemen populasi, dalam kasus tertentu tidak mungkin dilakukan (Sekaran, 2006).

Target sampel penelitian ini adalah pendengar Program Konsultasi Penyakit Dalam Radio Mentari FM yang berdomisili di kota Surakarta sebanyak 200 orang.

3. Teknik Sampling

Prosedur pemilihan sampel penelitian ini menggunakan *non probability sampling*, yaitu desain penelitian sampel dimana elemen dalam populasi untuk terpilih sebagai subjek sampel tidak diketahui sebelumnya (Sekaran, 2006:135). Sampel ditentukan dengan *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel nonprobabilitas terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, entah karena mereka satu-satunya yang memilikinya, atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sekaran, 2006). Kriteria yang digunakan dalam memilih sampel dalam penelitian ini adalah pendengar radio Mentari FM yang pernah mendengarkan program Konsultasi Penyakit Dalam minimal 2X dalam 6 bulan terakhir.

Penentuan kriteria ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa dengan mendengarkan program konsultasi Penyakit Dalam minimal 2X maka diharapkan pendengar telah memiliki pengalaman sehingga mampu mengevaluasi dan mengukur reputasi program, perkiraan program, kompetensi program, kepercayaan program, dan kesukaan program pada kepercayaan program serta pengaruh kepercayaan program pada loyalitas program.

C. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisisioner pada responden penelitian. Menurut Sekaran (2006), Kuisisioner adalah kumpulan pertanyaan tertulis yang dirumuskan sebelumnya di mana responden mencatat jawaban, biasanya dalam alternatif yang disusun secara cukup tertutup.

Pengisian kuisisioner didampingi oleh peneliti, dimana peneliti akan memberikan bimbingan kepada responden. Bentuk pertanyaan dalam kuisisioner ini adalah pertanyaan tertutup (*Closed Questions*), yaitu pertanyaan dengan kumpulan alternatif yang disusun dengan jelas yang membatasi pilihan responden pada salah satu diantaranya (Sekaran, 2006).

Metode pengumpulan data kuesioner pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *personally administrated qustonnaires*, yaitu peneliti menyampaikan sendiri kuesioner kepada responden dan mengambil sendiri kuesioner yang telah diisi oleh responden, tujuan utamanya supaya tingkat pengembalian kuesioner dapat terjaga didalam periode waktu yang relatif pendek (Sekaran, 2003).

D. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Data primer (*Primary Data*)

Data primer adalah data yang diperoleh dari tangan pertama untuk analisis berikutnya untuk menemukan solusi atau masalah yang diteliti (Sekaran, 2006). Dalam pencarian data primer, ada tiga dimensi penting

yang perlu diketahui, yaitu kerahasiaan, struktur, dan metode koleksi. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari jawaban responden yang disebar melalui kuisisioner. Data primer penelitian ini diperoleh dari kuisisioner yang dibagikan dan diisi oleh target sampel. Kuisisioner ditujukan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pendengar pada program radio serta pengaruhnya pada kesetiaan pendengar mendengarkan program.

2. Data sekunder (*Secondary Data*)

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh para peneliti, data yang diterbitkan dalam jurnal statistik dan lainnya, dan informasi yang tersedia dari sumber publikasi atau nonpublikasi entah di dalam atau luar organisasi (Sekaran, 2006). Data yang diperoleh dari studi pustaka, media cetak (buku, jurnal, media massa), perusahaan tempat dimana penelitian dilakukan maupun dari sumber lain.

E. Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional

1. Teknik Pengukuran Variabel

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini adalah kuisisioner, yaitu suatu angket yang berisi sejumlah pertanyaan yang akan dijawab responden. Peneliti menggunakan model kuisisioner yang dikembangkan oleh penelitian Lau & Lee (1999). Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert 1-4. Skala interval digunakan jika respons untuk beragam item yang mengukur suatu

variabel bisa dihasilkan dengan skala lima *point* (tujuh *point* atau lainnya), yang kemudian dapat diterapkan pada seluruh item (Sekaran, 2003:256). Untuk menghindari kesulitan responden dalam melakukan penilaian, maka nilai tengah atau netral dihilangkan. Sehingga skala interval dengan pendekatan empat *point likert* yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari empat alternatif jawaban dengan skor mulai dari empat (4) sampai dengan satu (1) dari seluruh item pertanyaan. Skala ini berinteraksi 1 - 4 dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. Tidak Setuju (TS)
- c. Setuju (S)
- d. Sangat Setuju (SS)

Pemberian skor untuk masing-masing jawaban dalam kuesioner adalah sebagai berikut:

- a. Pilihan pertama, memiliki nilai skor 1 (satu)
- b. Pilihan kedua, memiliki nilai skor 2 (dua)
- c. Pilihan ketiga, memiliki nilai skor 3 (tiga)
- d. Pilihan keempat, memiliki nilai skor 4 (empat)

2. Definisi Operasional

Studi ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Geok Theng Lau dan Sook Han Lee (1999) dengan judul “*Consumers*

Trust in a brand and the Link to brand Loyalty". Indikator pengukuran konstruk yang digunakan juga merupakan replikasi dari Lau & Lee (1999).

a. Reputasi Program

Reputasi program diukur dengan 6 (enam) item pernyataan. Indikator yang digunakan meliputi: pernyataan bahwa program ini memiliki reputasi yang bagus, pernyataan bahwa program ini tidak dapat dipercaya, pernyataan tentang penilaian orang lain bahwa program ini tidak bagus, pernyataan tentang penilaian orang lain bahwa program ini tidak dapat dipercaya, anggapan bahwa program ini bagus, pernyataan bahwa pernah mendengar orang lain berkomentar negatif tentang program ini.

b. Perkiraan Program

Perkiraan program diukur dengan 6 item pernyataan. Indikator pengukuran meliputi: Kemampuan pendengar memprediksi tema informasi program, kemampuan pendengar memperkirakan informasi yang akan diperoleh, pernyataan pendengar tentang konsistensi kualitas program, konsistensi informasi program, konsistensi kualitas penyajian program, pernyataan pendengar tentang performa program dibanding dengan harapan pendengar

c. Kompetensi Program

Kompetensi program diukur dengan menggunakan 6 (enam) item pernyataan. Indikator yang digunakan meliputi: pernyataan bahwa

program ini adalah yang terbaik dalam kategori program kesehatan, pernyataan bahwa banyak program kesehatan lain yang lebih baik dari program ini, pernyataan bahwa program ini memiliki performa dan penyajian yang lebih bagus daripada program kesehatan lain, pernyataan bahwa program ini memberi informasi yang lebih efektif daripada program lain, pernyataan bahwa program ini lebih memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan daripada program lain, dan pernyataan bahwa program ini memberi informasi lebih banyak dibanding program kesehatan lain.

d. Kepercayaan pada Stasiun Radio

Kepercayaan pada stasiun radio diukur dengan menggunakan 5 (lima) pernyataan. Indikator pengukuran yang digunakan meliputi: ketiakpercayaan pendengar pada kualitas program stasiun radio, kepercayaan tentang informasi yang diberikan, kepercayaan pada semua siaran program stasiun radio, keamanan menggunakan informasi dari program yang disiarkan karena tahu pihak stasiun radio tidak akan merugikan pendengar, kepercayaan program produksi stasiun radio memberi manfaat yang baik.

e. Kesukaan Pada Program

Kesukaan pada program diukur dengan 3 (tiga) item pernyataan. Indikator yang digunakan adalah: rasa suka pada program,

pernyataan tentang menjadikan program ini sebagai pilihan program kesehatan yang didengarkan, dan menjadikan sebagai program favorit

f. Kepercayaan pada Program

Kepercayaan pada program diukur dengan menggunakan 5 (lima) pernyataan. Indikator pengukuran yang digunakan meliputi: kepercayaan pada program, pengharapan pada program, kepercayaan sepenuhnya pada program, keamanan mendengarkan program terkait informasi yang diberikan.

g. Loyalitas

Loyalitas diukur dengan menggunakan 8 (delapan) pernyataan. Indikator pengukuran meliputi: pernyataan ketidaksediaan terus mengikuti program, kesediaan terus mengikuti program jika ada program lain, kesediaan terus mengikuti program jika penyiarnya ditunda, kesediaan terus mengikuti program pada penyiaran berikutnya jika saat ini tidak dapat disiarkan, kesediaan membela program jika ada komentar negatif terhadap program, kesediaan merekomendasikan program, pernyataan tidak akan mempercayai jika ada yang berkata program ini jelek, pernyataan kesediaan mengatakan bahwa program ini bagus pada orang lain

F. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis data dengan cara mengubah data mentah menjadi bentuk yang lebih mudah dipahami dan

diinterpretasikan. Analisis ini menggambarkan profil dan tanggapan responden terhadap kuesioner yang diberikan.

2. Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Sekaran (2006), uji validitas merupakan bukti bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan. Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah instrumen penelitian benar-benar mampu mengukur konstruk yang digunakan. Untuk memperoleh validitas kuesioner, usaha dititikberatkan pada pencapaian validitas isi. Validitas tersebut menunjukkan sejauh mana perbedaan yang diperoleh dengan instrumen pengukuran merefleksikan perbedaan sesungguhnya pada responden yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan *confirmatory factor analysis* (CFA) untuk mengetahui validitas instrumen. Tinggi rendahnya validitas suatu angket dengan melihat *factor loading* dengan bantuan *software SPSS for windows versi 13*. *Factor loading* adalah korelasi item-item pertanyaan dengan konstruk yang diukurnya. Menurut Hair *et al.* (1998), *factor loading* lebih besar ± 0.30 dianggap memenuhi level minimal, sangat disarankan besarnya *factor loading* adalah ± 0.40 , jika *factor loading* suatu item pertanyaan mencapai ± 0.50 atau lebih besar maka item tersebut sangat penting dalam menginterpretasikan konstruk yang diukurnya. Indikator masing-

masing konstruk yang memiliki *loading factor* yang signifikan membuktikan bahwa indikator tersebut merupakan satu kesatuan alat ukur yang mengukur konstruk yang sama dan dapat memprediksi dengan baik konstruk yang seharusnya diprediksi (Hair *et al.*, 1998). Pedoman umum untuk analisis faktor adalah nilai *lambda* atau *factor loading* $\geq 0,4$ (Ferdinand, 2006). Berdasarkan pedoman tersebut, peneliti menetapkan nilai *factor loading* yang signifikan adalah lebih dari ± 0.40 .

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen yang mengukur konsep. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *cronbach alpha* dari *software SPSS 13.0. Rules of thumb* yang dipakai adalah *item total correlation* masing-masing butir harus lebih besar dari 0,50 dan *cronbach alpha* harus lebih besar dari 0,70 agar konstruk dikatakan memenuhi syarat reliabilitas.

Indikator pengukuran reliabilitas menurut Sekaran (2006) dibagi dalam tingkatan reliabilitas dengan kriteria jika *alpha* atau *r* hitung:

- 1) 0,8 - 1,0 maka dinyatakan memiliki reliabilitas baik
- 2) 0,6 - 0,799 reliabilitas diterima dan

- 3) jika alpha atau r hitung kurang dari 0,6 maka reliabilitasnya dianggap kurang baik.

3. Pengujian Model Struktural

Evaluasi Asumsi SEM

1) Uji Kecukupan Sampel

Karena teknik analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis dengan pendekatan SEM dimana jumlah sampel yang memenuhi tidak dapat ditentukan sebelum dilakukan analisis uji kecukupan sampel, maka peneliti menggunakan jumlah sampel yang disyaratkan yaitu sebanyak minimum 100 sampai 200 orang (Ferdinand, 2002).

2) Uji Normalitas

Asumsi yang paling fundamental dalam analisis *multivariate* adalah normalitas, yang merupakan bentuk suatu distribusi data pada suatu variabel metrik tunggal dalam menghasilkan distribusi normal (Hair *et al.*, dalam Ghozali, 2005). Dalam SEM terutama bila diestimasi dengan tehnik *maximum likelihood* mensyaratkan sebaiknya asumsi normalitas pada data terpenuhi. . Untuk menguji asumsi normalitas maka digunakan nilai z statistik untuk *skewness* dan *kurtosisnya*.

Curran *et al.*, dalam Ghozali dan Fuad (2005) membagi distribusi data menjadi 3 bagian, yaitu:

- 1) Normal jika nilai *skewness* kurang dari 2 dan nilai *kurtosis* kurang dari 7.
- 2) *Moderately non-normal*, yaitu besarnya data yang tidak normal adalah sedang. Nilai *skewness* antara 2 sampai 3 dan nilai *kurtosis* antara 7 sampai 21.
- 3) *Extremely non-normal*, yaitu distribusi data yang tidak normal sangat besar dimana nilai *skewness* diatas 3 dan nilai *kurtosis* diatas 21.

Apabila asumsi normalitas tidak dipenuhi dan penyimpangan normalitas tersebut besar, maka akan mengakibatkan hasil uji statistik yang bias.

Normalitas dibagi menjadi dua, yaitu:

- (a) *univariate normality*, dapat digunakan untuk menguji data ordinal maupun continuous.
- (b) *multivariate normality*, hanya dapat digunakan untuk data continuous.

Dalam penelitian ini uji normalitas dihitung dengan bantuan program komputer AMOS 4.01.

3) Uji Outliers

Outliers adalah data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk konstruk tunggal maupun konstruk kombinasi. Dalam analisis *multivariate* adanya

outliers dapat diuji dengan statistik *Chi Square* (x^2) terhadap nilai *mahalanobis distance square* pada tingkat signifikansi 0,001 dengan *degree of freedom* sejumlah variabel yang digunakan dalam penelitian (Hair et al, 1998), dalam hal ini variabel yang dimaksud adalah jumlah item pengukuran pada model, bila terdapat observasi yang mempunyai nilai *mahalanobis distance square* yang lebih besar dari *Chi Square* maka observasi tersebut dikeluarkan dari analisis. Umumnya perlakuan terhadap *outliers* adalah dengan mengeluarkannya dari data dan tidak diikutsertakan dalam perhitungan berikutnya. Bila tidak terdapat alasan khusus untuk mengeluarkan *outliers*, maka observasi dapat diikutsertakan dalam analisis selanjutnya.

4) Uji *Goodness-of-Fit Model Struktural*

Dalam analisis SEM, tidak ada alat uji statistik tunggal untuk menguji hipotesis mengenai model (Hair et al., 1995 dalam Ferdinand, 2006). Tetapi berbagai fit index yang digunakan untuk mengukur derajat kesesuaian antara model yang disajikan dan data yang disajikan. *Fit index* yang digunakan meliputi:

(a) X^2 – *Chi-square Statistic*

Ukuran fundamental untuk mengukur *overall fit* adalah *likelihood ratio Chi-square statistic*. *Chi-square* ini bersifat sangat sensitif terhadap besarnya sampel yang digunakan. Nilai *chi-square* yang tinggi relatif terhadap *degree of freedom*

menunjukkan bahwa *matrik kovarian* atau korelasi yang diobservasi dengan yang diprediksi berbeda secara nyata dan ini menghasilkan probabilitas (p) lebih kecil dari tingkat signifikansi (α). Sebaliknya nilai *chi-square* yang kecil akan menghasilkan nilai probabilitas (p) yang lebih besar dari tingkat signifikansi (α). Dan ini menunjukkan bahwa input matrik kovarian antara prediksi dengan observasi sesungguhnya tidak berbeda secara signifikan (Ghozali, 2005). Tingkat signifikansi penerimaan yang direkomendasikan adalah apabila $p \geq 0,05$ (Hair *et al.*, 1998), yang berarti *matrik input* yang sebenarnya dengan *matrik input* yang diprediksi secara statistik tidak berbeda.

(b) CMIN/ DF atau Normed Chi-square

Normed Chi-square adalah ukuran yang diperoleh dari nilai *chi-square* dibagi dengan *degree of freedom*. Indeks ini merupakan indeks kesesuaian *parsimonious* yang mengukur hubungan *goodness-of-fit model* dan jumlah koefisien estimasi yang diharapkan untuk mencapai tingkat kesesuaian. Nilai yang direkomendasikan untuk menerima kesesuaian model adalah $CMIN/ DF \leq 2,0 / \leq 3,0$.

(c) GFI – Goodness of Fit Index

Indeks ini mencerminkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang dihitung dari residual kuadrat dari

model yang diprediksi dibandingkan data yang sebenarnya. Indeks ini mempunyai rentang 0 (*poor fit*) sampai dengan 1 (*perfect fit*). Nilai yang lebih mendekati 1 mengindikasikan model yang diuji memiliki kesesuaian yang baik (Hair *et al.*, 1998). Tingkat penerimaan yang direkomendasikan $GFI \geq 0,90$ dapat dikatakan baik.

(d) AGFI – Adjusted Goodness of Fit Index

Indeks ini merupakan pengembangan dari GFI, yaitu indeks GFI yang telah disesuaikan dengan rasio dari *degree of freedom* model yang diusulkan dengan *degree of freedom* dari *null model*. Nilai yang direkomendasikan adalah $AGFI \geq 0,90$. Semakin besar nilai AGFI maka semakin baik kesesuaian yang dimiliki model.

(e) TLI – Tucker Lewis Index

TLI atau dikenal juga dengan *non-normed fit index* (NNFI), adalah suatu indeks kesesuaian *incremental fit index* yang membandingkan sebuah model yang diuji dengan *null model*. Nilai penerimaan yang direkomendasikan adalah nilai $TLI \geq 0,90$. TLI merupakan indeks kesesuaian yang kurang dipengaruhi oleh ukuran sampel.

(f) CFI – Comparative Fit Index

CFI merupakan indeks kesesuaian *incremental*, yang juga membandingkan model yang diuji dengan *null model*. Nilai CFI

berkisar 0–1 dengan nilai yang mendekati 1 mengindikasikan sebuah model yang baik. Nilai penerimaan yang direkomendasikan adalah nilai $CFI \geq 0,90$. Indeks ini dianjurkan untuk digunakan, karena indeks-indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi pula oleh kerumitan model.

(g) RMSEA – *The Root Mean Square of Approximation*

RMSEA merupakan indeks yang digunakan untuk mengukur *fit model* menggantikan *chi-square statistic* dalam jumlah sample yang besar. Nilai $RMSEA \leq 0,08$ mengindikasikan indeks yang baik untuk menerima kesesuaian sebuah model.

Tabel III. 1.
Goodness-of-fit Indices

<i>Goodness-of-fit Indices</i>	<i>Cut-off Value</i>
X^2 - <i>Chi-square</i>	Diharapkan kecil $\geq 0,05$
Probabilitas	$\leq 2,0$ / $\leq 3,0$
CMIN/df	$\geq 0,90$
<i>GFI</i>	$\geq 0,90$
<i>AGFI</i>	$\geq 0,90$
<i>TLI</i>	$\geq 0,90$
<i>CFI</i>	$\leq 0,08$
<i>RMSEA</i>	

Sumber: Ferdinand, 2002

5) Pengujian Hipotesis

Langkah selanjutnya setelah model dinyatakan fit, atau diterima secara statistik adalah melakukan pengujian hipotesis dengan bantuan AMOS 4.01. dengan menganalisis hubungan diantara variabel-variabel laten. SEM juga dapat mengestimasi nilai-nilai *path* dari setiap hubungan variabel. Dengan menggunakan analisis SEM maka semua hipotesis dalam studi ini dapat diuji dengan melihat nilai *probability* yang ditunjukkan oleh *output*

AMOS 4.01. Dalam penelitian ini, pengujian hubungan kausalitas antar variabel dilakukan dengan uji satu sisi pada tingkat signifikansi sebesar 1%, 5%, dan 10%. Hal ini didasarkan pada pernyataan Hair *et al.*, (1998) yang menyebutkan bahwa penentuan nilai kritis tergantung pada penentuan teoritis mengenai hubungan yang diprediksi.



BAB IV

ANALISIS DATA

Bab ini membahas hasil-hasil penelitian yang berisi analisis deskriptif, hasil pengolahan data, analisis hipotesis serta diskusi penelitian.

A. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan responden terhadap item-item pertanyaan dalam kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah pendengar Radio Mentari FM yang berdomisili di Surakarta. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Kuesioner yang disebar 220 kuesioner kepada seluruh sampel. Dari jumlah tersebut, diperoleh pengembalian kuesioner sebanyak 200 buah (*respon rate* 91%) dan dipakai seluruhnya. Jumlah sampel data yang terkumpul memenuhi ukuran sampel minimum yang disyaratkan, yaitu 100-200 (Ferdinand, 2002).

1. Karakteristik Responden

Gambaran tentang karakteristik responden diperoleh dari data diri yang terdapat pada bagian data responden yang meliputi umur, pekerjaan, jenis kelamin dan pendidikan responden yang disajikan pada tabel IV.1 sampai tabel IV.4.

a. Umur Responden

Umur responden dikelompokkan menjadi empat kelompok, yaitu kelompok umur 21-30 tahun, kelompok umur 31-40 tahun,

kelompok umur 41-50 tahun dan kelompok umur 51-60 tahun. Hasil analisa karakteristik responden berdasarkan karakter umur ditunjukkan pada tabel IV.1.

Tabel IV.1.
Distribusi Frekuensi
Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
21-30 Tahun	68	34
31-40 Tahun	27	13,5
41-50 Tahun	61	30,5
51-60 Tahun	44	22
Jumlah	200	100

Sumber: data primer diolah, 2008

Tabel IV.1 menunjukkan bahwa responden yang berumur 21-30 tahun memiliki jumlah yang terbesar yaitu 68 orang atau 34%, umur 31-40 tahun sebanyak 27 orang atau 13,5%, umur 41-50 tahun sebanyak 61 orang atau 30,5% dan umur 51-60 tahun sebanyak 44 orang atau 22%.

b. Jenis Kelamin Responden

Besarnya responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel IV.2. Ternyata sampel lebih didominasi oleh pria, dari 200 responden, 60,5% nya adalah pria, dan 39,5% adalah wanita.

Tabel IV.2.
Distribusi Frekuensi
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase(%)
Wanita	79	39,5
Pria	121	60,5
Jumlah	200	100

Sumber: data primer diolah, 2008

c. Jenis Pekerjaan Responden

Tabel IV.3.
Distribusi Frekuensi
Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Mahasiswa	62	31
Karyawan Swasta	37	18,5
PNS	48	24
Wiraswasta	35	17,5
Lain-lain	18	9
Jumlah	200	100

Sumber: data primer diolah, 2008

Berdasarkan Tabel IV.3 dapat diketahui bahwa dari 200 responden, mayoritas adalah mahasiswa (31%), karyawan swasta (18,5%), PNS (24%), wiraswasta (17,5%), dan lain lain (9%).

d. Pendidikan Responden

Tabel IV.4 menunjukkan bahwa responden yang mempunyai pendidikan SD adalah sebanyak 9 orang (8,5%), SMP 10 orang (5%), SMA 113 orang (56%), D3 39 orang (19,5%) dan responden dengan pendidikan S1 sebanyak 29 orang (14,5%).

Tabel IV.4.
Distribusi Frekuensi
Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SD	9	4
SMP	10	5
SMA	113	56
D3	39	19,5
S1	29	14,5
Jumlah	200	100

Sumber: data primer diolah, 2008

e. Tanggapan Responden

Tanggapan responden terhadap kuesioner yang diberikan peneliti nampak pada jawaban responden. Dalam analisis ini akan diuraikan mengenai kecenderungan pendapat dan tanggapan dari para pendengar radio selaku responden penelitian ini. Pernyataan-pernyataan responden mengenai variabel penelitian dapat dilihat pada jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan peneliti dan pernyataan ini membentuk skala Likert, dimana skala Likert ini dapat digunakan untuk mengukur sikap.

1) Tanggapan Responden pada Reputasi Program

Deskripsi tanggapan responden sebanyak 200 orang terhadap item pertanyaan reputasi merek sebanyak 6 (enam) item. Dari data kuesioner yang terdapat pada lampiran dapat dilihat deskripsi tanggapan responden pada setiap item pertanyaan dapat dilihat dari tabel IV.5. sampai tabel IV.11.

Tabel IV.5.
Deskripsi Tanggapan
Responden pada Reputasi Program

No	Indikator	STS	TS	S	SS
1.	Program ini memiliki reputasi yang baik	5	19	108	68
2.	Program ini menyampaikan informasi yang dapat dipercayai	2	9	127	62
3.	Pernah mendengar dari orang lain yang mengatakan program ini tidak bagus	53	117	25	5
4.	Pernah mendengar dari orang lain yang mengatakan program ini memberikan informasi yang tidak dapat dipercaya	62	110	18	10
5.	Program ini memiliki <i>image</i> yang baik	4	10	124	62
6.	Pernah mendengar orang lain yang mengatakan hal negatif tentang program ini	57	119	17	7

Sumber: data primer diolah, 2008

Tabel IV.5. menunjukkan bahwa mayoritas responden menganggap Konsultasi Penyakit Dalam memiliki reputasi yang baik (108 orang), hal ini dapat dilihat dari indikasi antara lain responden mengatakan bahwa Konsultasi Penyakit Dalam menyampaikan informasi yang dapat dipercaya (127 orang), mereka juga menyatakan tidak pernah mendengar orang lain mengatakan program ini tidak bagus (117 orang) maupun mendengar orang lain mengatakan informasi program Konsultasi Penyakit Dalam tidak dapat dipercaya (110 orang), 124 dari 200 orang responden mengatakan Konsultasi Penyakit Dalam memiliki *image* yang baik

dan tidak pernah mendengar orang lain mengatakan hal negatif tentang program ini (119 orang).

2) Tanggapan Responden pada Perkiraan Program

Deskripsi tanggapan responden sebanyak 200 orang terhadap item pertanyaan mengenai perkiraan program sebanyak 6 (enam) item. Dari data kuesioner yang terdapat pada lampiran, deskripsi tanggapan responden pada setiap item pertanyaan sebagai berikut:

Tabel IV.6.
Deskripsi Tanggapan
Responden pada Perkiraan Program

No	Indikator	STS	TS	S	SS
1.	Mampu memperkirakan informasi yang nantinya didapat dari Konsultasi Penyakit Dalam	6	32	122	40
2.	Mampu memperkirakan performanya.	10	10	177	63
3.	Program ini memiliki kualitas yang tidak konsisten	30	113	51	6
4.	Program ini memiliki kualitas yang konsisten	7	46	108	39
5.	Performa program ini tergantung pada nara sumber atau penyiar, tidak bisa diperkirakan lain waktu kualitasnya sama.	17	109	50	24
6	Tema yang akan didengar dapat diperkirakan	5	69	97	29

Sumber: data primer diolah, 2008

Berdasarkan data tabel IV.6. di atas, mayoritas responden (122 orang) mampu memperkirakan informasi yang diperoleh setelah mendengar Konsultasi Kesehatan Penyakit Dalam, Hal ini dipertegas dengan adanya 177 orang yang setuju bahwa mereka dapat memperkirakan bagaimana performa program ini. Mayoritas

responden menyatakan tidak setuju jika program ini dikatakan tidak konsisten (113 orang), hal ini diperkuat dengan jawaban 108 orang responden yang menganggap program ini memiliki kualitas yang konsisten. Selain itu responden juga menyatakan mereka mampu memperkirakan mendapat kualitas yang sama bila mendengar program Konsultasi Penyakit Dalam (109 orang). Responden juga menyatakan mampu memperkirakan performa program Konsultasi Penyakit Dalam dari waktu ke waktu (97 orang).

3) Tanggapan Responden pada Kompetensi Program

Deskripsi tanggapan responden sebanyak 200 orang terhadap item pertanyaan kompetensi program sebanyak 6 (enam) item. Dari data kuesioner yang terdapat pada lampiran dapat dilihat deskripsi tanggapan responden pada setiap item pertanyaan sebagai berikut:

Tabel IV.7
Deskripsi Tanggapan
Responden pada Kompetensi Program

No	Indikator	STS	TS	S	SS
1.	Program ini merupakan salah satu program kesehatan terbaik yang pernah saya dengar	4	50	110	36
2.	Banyak program kesehatan yang jauh lebih baik	28	103	60	9
3.	Program ini lebih bagus daripada program kesehatan yang lain	6	72	87	35
4.	Program ini lebih bermanfaat daripada program kesehatan lain	5	60	88	47
5.	Program ini mampu memenuhi kebutuhan informasi kesehatan	5	15	129	51
6	Program ini memberikan informasi lebih baik daripada program kesehatan lain	4	54	105	37

Sumber: data primer diolah, 2008.

Data tabel IV.17. menunjukkan 110 orang responden setuju bahwa Konsultasi Penyakit Dalam adalah program kesehatan terbaik dibandingkan program kesehatan lain. 103 orang responden merasa tidak setuju bahwa banyak program kesehatan yang jauh lebih baik daripada Konsultasi Kesehatan Penyakit Dalam. 87 orang merasa bahwa responden merasa program Konsultasi Penyakit Dalam lebih bagus dibanding program kesehatan yang lain. Mayoritas (88 orang) juga setuju bahwa Konsultasi Penyakit Dalam lebih bermanfaat bagi mereka daripada program kesehatan lain dan 129 orang menjawab bahwa Konsultasi Penyakit Dalam dapat memenuhi kebutuhan informasi kesehatan bagi mereka dengan lebih baik, hal ini dipertegas dengan jawaban 105 orang responden yang menganggap program ini mampu memberikan informasi kesehatan yang lebih baik daripada program kesehatan lain.

4) Tanggapan Responden pada Kepercayaan Terhadap Stasiun Radio

Deskripsi tanggapan responden sebanyak 200 orang terhadap item pertanyaan kepercayaan terhadap Stasiun Radio sebanyak 5 (lima) item. Dari data kuesioner yang terdapat pada lampiran dapat dilihat deskripsi tanggapan responden pada setiap item pertanyaan pada tabel IV.8.

Mayoritas responden (110 orang) merasa dapat mempercayai Radio Mentari FM. Indikasi kepercayaan responden tampak pada jawaban 114 orang yang menyatakan kesetujuannya bahwa Radio Mentari FM tidak mencurangi mereka. Mayoritas responden (124 orang) juga menyatakan bahwa mereka mampu mempercayai Radio Mentari FM sepenuhnya dan 132 orang merasa mampu mengandalkan informasi yang didapat dari Radio Mentari FM, terakhir pada deskripsi tanggapan responden terhadap kepercayaan pada stasiun radio mayoritas menyatakan bahwa mereka merasa bahwa informasi kesehatan dari Radio Mentari FM dapat diandalkan (130 orang).

Tabel IV.8.
Deskripsi Tanggapan Responden
pada Kepercayaan Pada Stasiun Radio

No	Indikator	STS	TS	S	SS
1.	Tidak percaya pada Radio Mentari FM	47	135	11	7
2.	Percaya Radio Mentari FM tidak akan	9	12	114	65
3.	Mampu mempercayai Radio Mentari FM sepenuhnya.	9	34	124	33
4.	Mampu mengandalkan informasi dari Radio Mentari FM karena tidak akan menjerumuskan	9	17	132	42
5.	Dapat mengandalkan informasi kesehatan dari Radio Mentari FM karena Radio Mentari FM selalu menyajikan program kesehatan yang berkualitas.	11	11	130	48

Sumber: data primer diolah, 2008

5) Tanggapan Responden pada Kesukaan Terhadap Program Konsultasi Penyakit Dalam

Deskripsi tanggapan responden sebanyak 200 orang terhadap item pertanyaan kesukaan terhadap program Konsultasi Penyakit Dalam sebanyak 3 (tiga) item. Dari data kuesioner yang terdapat pada lampiran dapat dilihat deskripsi tanggapan responden pada tabel IV.9.

Tabel IV.9
Deskripsi Tanggapan Responden
Terhadap Kesukaan pada Program Konsultasi Kesehatan
Penyakit Dalam

No	Indikator	STS	TS	S	SS
1.	Menyukai program ini	9	41	112	38
2.	Lebih memilih program kesehatan yang lain	28	113	49	10
3.	Konsultasi Penyakit Dalam adalah program kesehatan yang paling disukai	34	78	81	7

Sumber: data primer diolah, 2008

Berdasarkan data tabel IV.9. mayoritas responden (112 orang) menyatakan bahwa mereka menyukai Konsultasi Penyakit Dalam hal ini diperkuat dengan jawaban 113 orang responden yang menyatakan bahwa mereka lebih memilih program Konsultasi Penyakit Dalam daripada program kesehatan lainnya. Lebih lanjut, 81 orang menyatakan bahwa Konsultasi Penyakit Dalam adalah program kesehatan yang paling mereka sukai.

6) Tanggapan Responden pada Kepercayaan Terhadap Program Konsultasi Penyakit Dalam

Deskripsi tanggapan responden sebanyak 200 orang terhadap item pertanyaan kepercayaan terhadap program Konsultasi Penyakit Dalam sebanyak 5 (lima) item. Dari data kuesioner yang terdapat pada lampiran dapat dilihat deskripsi tanggapan responden pada tabel IV.10.

Tabel IV.10
Deskripsi Tanggapan Responden
Terhadap Kepercayaan pada Program Konsultasi Penyakit Dalam

No	Indikator	STS	TS	S	SS
1.	Percaya pada Konsultasi Kesehatan Penyakit Dalam.	9	7	122	62
2.	Konsultasi Penyakit Dalam tidak mampu menyajikan informasi dengan baik.	55	124	14	7
3.	Mampu mempercayai Konsultasi Penyakit Dalam sepenuhnya	8	29	111	52
4.	Tidak akan menggantungkan kesehatan saya pada program ini.	47	116	29	8
5.	Aman mendengarkan program ini karena tahu Konsultasi Penyakit Dalam tidak akan memberikan informasi yang merugikan.	5	9	118	68

Sumber: data primer diolah, 2008.

Mayoritas responden (122 orang) mempercayai program Konsultasi Kesehatan Penyakit Dalam, kemudian sebanyak 124 orang merasa Konsultasi Penyakit Dalam mampu menyajikan informasi dengan baik. Mayoritas responden (111 orang) juga merasa setuju bahwa mereka mampu mempercayai Konsultasi

Penyakit Dalam sepenuhnya, dari tabel IV.10 juga tampak bahwa mayoritas responden (116 orang) menjawab tidak setuju atas item pertanyaan “Saya tidak akan menggantungkan kesehatan saya pada program Konsultasi Kesehatan Penyakit Dalam”. Terakhir, dari tabel IV.10 dapat dilihat bahwa mayoritas responden (118 orang) merasa aman ketika mendengarkan program Konsultasi Kesehatan Penyakit Dalam, karena mereka tahu bahwa program ini tidak memberikan informasi yang merugikan.

7) Tanggapan Responden pada Loyalitas Terhadap Program Konsultasi Penyakit Dalam

Deskripsi tanggapan responden sebanyak 200 orang terhadap item pertanyaan loyalitas terhadap program Konsultasi Penyakit Dalam sebanyak 8 (delapan) item. Dari data kuesioner yang terdapat pada lampiran dapat dilihat deskripsi tanggapan responden pada setiap item pertanyaan adalah sebagai berikut :

Tabel IV.11.
Deskripsi Tanggapan Responden
Terhadap Loyalitas pada Program Konsultasi Penyakit Dalam

No	Indikator	STS	TS	S	SS
1.	Tidak akan mengikuti program ini.	34	128	30	8
2.	Memilih program kesehatan yang lain yang disiarkan bersamaan.	23	133	41	3
3.	Tetap mengikuti jika program ini pindah jam siaran.	3	73	97	27
4.	Tetap menanti jika program ini ditunda.	27	77	94	2
5.	Membela jika ada yang mengatakan hal negatif tentang Konsultasi Kesehatan Penyakit Dalam.	3	65	110	22
6.	Tidak akan merekomendasikan program ini pada orang lain.	28	133	32	7
7.	Percaya jika ada yang berkata program ini jelek.	45	125	25	5
8.	Mengatakan pada orang lain program ini bagus.	5	18	135	42

Sumber: data primer diolah, 2008

Sebagian besar responden (128 orang) bersedia untuk tetap mengikuti program Konsultasi Kesehatan Penyakit Dalam. Mayoritas dari mereka (133 orang) juga menyatakan tetap memilih Konsultasi Penyakit Dalam walaupun ada program kesehatan lain disiarkan bersamaan. Tabel IV.11 juga menunjukkan bahwa mayoritas responden (97 orang) tetap mengikuti program Konsultasi Penyakit Dalam walaupun program ini pindah jam siaran. Selain itu 94 orang juga menjawab tetap menanti program Konsultasi Penyakit Dalam walaupun program ini ditunda waktu penyiarannya.

Loyalitas responden pada Konsultasi Penyakit Dalam ditunjukkan dengan jawaban mayoritas responden sebanyak 110

orang yang menyatakan akan membela program Konsultasi Penyakit Dalam saat ada orang lain mengatakan hal negatif tentang program ini. Sebanyak 133 orang menyatakan akan merekomendasikan program ini pada orang lain saat mengetahui orang lain sedang mencari siaran tentang kesehatan. Mayoritas responden (125 orang) menyatakan tidak akan mempercayai orang lain yang mengatakan program Konsultasi Penyakit Dalam buruk sikap itu dipertegas dengan jawaban mayoritas responden yang menyatakan akan mengatakan pada orang lain bahwa Konsultasi Penyakit Dalam merupakan program yang bagus.

B. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan mengetahui ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu instrumen dianggap memiliki validitas tinggi jika dapat memberikan hasil pengukuran yang sesuai dengan tujuannya. Pengujian validitas dilakukan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), serta setiap *item* pertanyaan harus mempunyai *factor loading* yang $\geq 0,40$ (lihat Hair *et al.*, 1998).

Pada pengujian semua variabel melalui *confirmatory factor analysis*, hanya menunjukkan *convergent validity* yang dapat diterima jika semua item mempunyai *factor loading* yang lebih dari 0,40 dan signifikan

pada taraf signifikansi 5%. Adapun hasil pengujian validitas dengan faktor analisis dapat dilihat pada Tabel IV.12 :

Tabel IV.12.
Hasil Faktor Analisis

Variabel	Item	Factor Loading	Keterangan
Reputasi program	rp1	0,652	Valid
	rp2	0,648	Valid
	rp3	0,773	Valid
	rp4	0,830	Valid
	rp5	0,679	Valid
	rp6	0,849	Valid
Perkiraan	pp1	0,632	Valid
	pp2	0,727	Valid
	pp3	0,776	Valid
	pp4	0,703	Valid
	pp5	0,722	Valid
	pp6	0,592	Valid
Kompetensi	kp1	0,682	Valid
	kp2	0,648	Valid
	kp3	0,793	Valid
	kp4	0,728	Valid
	kp5	0,630	Valid
	kp6	0,804	Valid
Kepercayaan pada stasiun radio	ksr1	0,564	Valid
	ksr2	0,528	Valid
	ksr3	0,660	Valid
	ksr4	0,660	Valid
	ksr5	0,780	Valid
Kesukaan pada program	ksp1	0,576	Valid
	ksp2	0,808	Valid
	ksp3	0,524	Valid
Kepercayaan pada program	kpp1	0,732	Valid
	kpp2	0,702	Valid
	kpp3	0,713	Valid
	kpp4	0,572	Valid
	kpp5	0,700	Valid
Kesetiaan mengikuti program	Kmp1	0,571	Valid
	Kmp2	0,588	Valid
	Kmp3	0,649	Valid
	Kmp4	0,598	Valid
	Kmp5	0,682	Valid
	Kmp6	0,582	Valid
	Kmp7	0,697	Valid
	Kmp8	0,736	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2008

2. Uji Reliabilitas

Setelah pengujian validitas, maka tahap selanjutnya adalah pengujian reliabilitas. Uji reliabilitas mengindikasikan bahwa suatu instrumen tidak bias dan sejauh mana suatu instrumen handal pada waktu, tempat, dan orang yang berbeda-beda (Sekaran, 2006). Untuk mengukur reliabilitas dari instrumen penelitian ini dilakukan dengan menggunakan koefisien *cronbach alpha*. Koefisien *cronbach alpha*, jika α atau r hitung 0,8 - 1,0 maka dinyatakan memiliki reliabilitas baik, jika 0,6 - 0,799 reliabilitas diterima dan jika α atau r hitung kurang dari 0,6 maka reliabilitasnya dianggap kurang baik.

Hasil pengujian reliabilitas variabel-variabel didapatkan nilai *cronbach alpha* masing-masing variabel yang disajikan dalam Tabel IV.13. menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan sudah reliabel.

Tabel IV.13
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

No	Variabel	Cronbach's alpha
1.	Reputasi Program	0,877
2.	Perkiraan	0,849
3.	Kompetensi	0,896
4.	Kepercayaan pada stasiun radio	0,740
5.	Kesukaan pada program	0,777
6.	Kepercayaan pada program	0,896
7.	Kesetiaan mengikuti program	0,836

Sumber : Data primer yang diolah, 2008

C. Analisis Data Penelitian

Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode statistik *multivariate Structural Equation Modelling* (SEM). Dalam menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) ada beberapa asumsi yang harus diperhatikan sebelum melakukan pengujian model dengan pendekatan *structural equation modeling*, yaitu sebagai berikut:

1. Uji Kecukupan Sampel

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 200 responden. Jumlah sampel tersebut merupakan responden yang memenuhi syarat dalam menjawab kuesioner yang diberikan. Jumlah tersebut juga dinilai memenuhi, karena jumlah sampel minimal bagi penelitian yang dengan teknik *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) yaitu 100 – 200 responden (Ferdinand, 2002).

2. Uji Normalitas

Normalitas *univariate* dan *multivariate* terhadap data yang digunakan dalam analisis ini diuji dengan menggunakan AMOS 4.01. Hasilnya adalah seperti yang disajikan dalam tabel IV.14. Bila CR lebih besar dari nilai kritis maka dapat diduga bahwa distribusi tidak normal. Nilai kritis untuk CR dari *skewness* adalah di bawah 2 (dua) dan nilai CR *kurtosis* di bawah 7 (tujuh).

Tabel IV.14.

Hasil Uji Normalitas Data Radio Mentari FM

	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KSP1	1.000	4.000	-0.463	-2.674	0.129	0.372
KSP2	1.000	4.000	-0.406	-2.344	0.097	0.280
KSP3	1.000	4.000	0.168	0.971	-0.726	-2.095
KSR1	1.000	4.000	-0.886	-5.113	2.295	6.626
KSR2	1.000	4.000	-0.975	-5.630	1.456	4.204
KSR3	1.000	4.000	-0.611	-3.528	0.687	1.984
KSR4	1.000	4.000	-0.873	-5.042	1.684	4.861
KSR5	1.000	4.000	-1.018	-5.877	1.890	5.456
KMP8	1.000	4.000	-0.658	-3.797	1.703	4.915
KMP7	1.000	4.000	-0.559	-3.226	0.879	2.537
KMP6	1.000	4.000	-0.644	-3.715	1.145	3.305
KMP5	1.000	4.000	-0.002	-0.012	-0.282	-0.815
KMP4	1.000	4.000	0.488	2.817	-0.714	-2.060
KMP3	1.000	4.000	0.149	0.863	-0.569	-1.642
KMP2	1.000	4.000	-0.347	-2.002	0.676	1.953
KMP1	1.000	4.000	-0.651	-3.758	0.958	2.766
KPP5	1.000	4.000	-0.838	-4.836	1.738	5.018
KPP4	1.000	4.000	-0.621	-3.583	0.532	1.535
KPP3	1.000	4.000	-0.624	-3.604	0.391	1.129
KPP2	1.000	4.000	-0.836	-4.825	1.578	4.556
KPP1	1.000	4.000	-1.058	-6.108	2.116	6.108
KP1	1.000	4.000	-0.183	-1.058	-0.235	-0.679
KP2	1.000	4.000	-0.207	-1.196	-0.230	-0.665
KP3	1.000	4.000	0.059	0.340	-0.673	-1.944
KP4	1.000	4.000	-0.100	-0.577	-0.768	-2.217
KP5	1.000	4.000	-0.690	-3.986	1.589	4.587
KP6	1.000	4.000	-0.129	-0.745	-0.398	-1.149
PP1	1.000	4.000	-0.515	-2.976	0.587	1.696
PP2	1.000	4.000	-1.029	-5.939	1.648	4.757
PP3	1.000	4.000	-0.268	-1.547	-0.010	-0.029
PP4	1.000	4.000	-0.338	-1.951	-0.101	-0.291
PP5	1.000	4.000	0.510	2.942	-0.277	-0.800
PP6	1.000	4.000	0.029	0.170	-0.486	-1.403
RP6	1.000	4.000	-0.793	-4.577	1.205	3.479
RP5	1.000	4.000	-0.690	-3.984	1.648	4.757
RP4	1.000	4.000	-0.876	-5.057	0.901	2.600
RP3	1.000	4.000	-0.570	-3.294	0.597	1.722
RP2	1.000	4.000	-0.392	-2.261	1.145	3.307
RP1	1.000	4.000	-0.723	-4.172	0.715	2.065
Multivariate					87.569	10.950

Sumber: data primer yang diolah, 2008

Dari hasil uji normalitas data terlihat bahwa secara *univariate*, nilai skewness hampir semua konstruk mempunyai nilai C.R di bawah 2 dan kurtosis semua konstruk memiliki nilai dibawah 7 yang berarti bahwa secara *univariate* sebaran data dianggap normal, sehingga dapat digunakan untuk estimasi pada analisis selanjutnya. Sementara secara *multivariate*

nilai C.R sebaran *kurtosis* menunjukkan 87,569 yang berarti data berdistribusi normal *multivariate*.

3. Uji *Outlier*

Outlier adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim yang memiliki karakteristik unik yang sangat berbeda dari observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk variabel tunggal maupun variabel kombinasi. Dalam analisis *multivariate* adanya *outlier* dapat diuji dengan *statistic chi-square* (X^2) terhadap nilai *mahalanobis distance squared* pada tingkat signifikansi 0,001 dengan *degree of freedom* sejumlah variabel yang digunakan dalam penelitian. Dalam hal ini variabel yang dimaksud adalah jumlah item pengukuran pada model. Dalam penelitian ini jumlah variabel yang digunakan sebanyak 39 indikator variabel. Dengan demikian, apabila terdapat nilai *mahalanobis distance* yang lebih besar dari $X^2 (39,0.001) = 72,05$ maka nilai tersebut adalah *outlier multivariate*.

Tabel IV.15.

Multivariate Outlier Data Radio Mentari FM

number	d-squared	p1	p2
3	75.350	0.000	0.081
195	74.824	0.000	0.004
179	67.434	0.003	0.026
56	66.030	0.004	0.012
71	64.396	0.006	0.010
7	63.965	0.007	0.003
62	63.598	0.008	0.001
197	38.937	0.473	0.287
95	38.891	0.475	0.260

Berdasarkan tabel IV.15. dapat diketahui terdapat 2 kasus yang dikategorikan sebagai *outliers*, namun kasus tersebut tidak perlu dikeluarkan. Hal ini dikarenakan dalam analisis penelitian, apabila tidak terdapat alasan khusus untuk mengeluarkan kasus yang mengindikasikan adanya *outliers*, maka kasus tersebut harus tetap diikutsertakan dalam analisis selanjutnya (Ferdinand, 2002).

4. Uji *Goodness-of-Fit* Model Struktural

Hubungan hipotesis konstruk-konstruk penelitian pada model yang diajukan ditunjukkan hubungan kausal antar konstruk tersebut. Evaluasi nilai *goodness of fit* dari model struktural yang telah dilakukan disajikan pada Tabel IV.16 berikut:

Tabel IV.16.

Kriteria *Goodness of Fit* Data Radio Mentari FM

<i>Goodness of Fit indeks</i>	Nilai yang Diharapkan	Hasil	Evaluasi
χ^2 - <i>Chi-square</i>	Diharapkan rendah dengan DF adalah 686	1036.143	Buruk
Probabilitas	$\geq 0,05$	0,000	Buruk
CMIN/df	$\leq 2,0 / \leq 3,0$	1,510	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,785	Marginal
AGFI	$\geq 0,90$	0,756	Marginal
TLI	$\geq 0,90$	0,900	Baik
CFI	$\geq 0,90$	0,907	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0.051	Baik

Sumber: data primer yang diolah, 2008

Tujuan analisis *Chi-Square* (χ^2) adalah mengembangkan dan menguji model yang sesuai dengan data. Pada Tabel IV.16 dapat dilihat

bahwa *chi-square* yang bernilai 1036.143 dengan *degree of freedom* 686 adalah signifikan secara statistik pada level signifikansi 0,000. Probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 hal ini merupakan indikasi yang buruk. Dengan demikian, terdapat perbedaan antara matrik kovarian sampel dengan matrik kovarian populasi yang diamati.

Normed Chi-Square (CMIN/DF) adalah ukuran yang diperoleh dari nilai *Chi-Square* dibagi dengan *degree of freedom*. Indeks ini merupakan indeks kesesuaian *parsimonious* yang mengukur hubungan *goodness-of-fit model* dengan jumlah koefisien-koefisien estimasi yang diharapkan untuk mencapai tingkat kesesuaian. Nilai CMIN/DF pada model ini adalah 1.510, merupakan indikasi yang baik karena mempunyai nilai $\leq 2,0 / \leq 3,0$

Goodness of Fit Index (GFI) mencerminkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang dihitung dari *residual kuadrat* dari model yang diprediksi dibandingkan data yang sebenarnya. Nilai yang mendekati 1 mengisyaratkan model yang diuji memiliki kesesuaian yang baik. Nilai GFI pada model ini sebesar 0.785 merupakan indikasi yang marginal.

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) adalah GFI yang disesuaikan dengan rasio antara *degree of freedom* dari model yang diusulkan dan *degree of freedom* dari *null model*. Nilai AGFI dalam model ini 0.756 hal ini merupakan indikasi yang marginal.

Tucker Lewis Index (TLI) merupakan alternatif *incremental fit index* yang membandingkan model yang diuji dengan *baseline model*. TLI

merupakan indeks kesesuaian model yang kurang dipengaruhi oleh ukuran sampel. Nilai yang direkomendasikan $\geq 0,90$, dapat disimpulkan bahwa model menunjukkan tingkat kesesuaian yang baik dengan nilai TLI sebesar 0.900

Comparative Fit Index (CFI) adalah indeks kesesuaian *incremental* yang membandingkan model yang diuji dengan *null model*. Besaran indeks ini adalah dalam rentang 0 (nol) sampai 1 (satu) dan nilai yang mendekati 1 (satu) mengindikasikan model memiliki tingkat kesesuaian yang baik. Indeks ini sangat dianjurkan untuk dipakai karena indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi oleh kerumitan model. Dengan memperhatikan nilai yang direkomendasikan $\geq 0,90$, maka nilai CFI sebesar 0,907 menunjukkan bahwa model ini memiliki kesesuaian yang baik.

The Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) adalah indeks yang digunakan untuk mengkompensasi nilai *Chi-Square* dalam sampel yang besar. Nilai penerimaan yang direkomendasikan $\leq 0,08$, maka nilai RMSEA sebesar 0.051 menunjukkan tingkat kesesuaian yang baik.

Dari keseluruhan pengukuran *goodness of fit* tersebut di atas mengindikasikan bahwa model yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

5. Pengujian Hipotesis

Setelah kriteria *goodness of fit* dapat terpenuhi atas model struktural yang diestimasi, selanjutnya analisis terhadap hubungan-

hubungan struktur model (pengujian hipotesis) dapat dilakukan. Hubungan antar konstruk dalam hipotesis ditunjukkan oleh nilai *standardized regression weights*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menganalisis tingkat signifikansi hubungan kausalitas antar konstruk dalam model yang didasarkan pada nilai C.R (z-hitung) lebih besar dari atau sama dengan nilai z-tabel ($z\text{-hitung} \geq z\text{-tabel}$). Kemudian, dengan melihat *standardized structural (path) coefficients* dari setiap hipotesis terutama pada kesesuaian arah hubungan *path* dengan arah hubungan yang dihipotesiskan sebelumnya. Jika arah hubungan sesuai dengan yang dihipotesiskan dan nilai *critical ratio*-nya juga memenuhi persyaratan maka dapat dikatakan bahwa hipotesis yang diuji terbukti. Nilai z tabel untuk masing-masing tingkat signifikansi adalah:

1% = 2,56

5% = 1,96

10% = 1,645

Tabel IV.17.
Hasil Estimasi Model Struktural

Regression Weights:	C.R.	P	Ket	est
Kepercayaan Pendengar Pada Program <----- Reputasi Program	2.087	0.037	Sig	0.168
Kepercayaan Pendengar Pada Program <----- Perkiraan Program	2.250	0.024	Sig	0.208
Kepercayaan Pendengar Pada Program <----- Kompetensi Program	3.658	0.000	Sig	0.373
Kepercayaan Pendengar Pada Program <----- Kepercayaan Pada Stasiun Radio	2.341	0.019	Sig	0.223
Kepercayaan Pendengar Pada Program <----- Kesukaan Pendengar Pada Program	2.173	0,030	Sig	0.180
Kesetiaan Mengikuti Program <----- Kepercayaan Pendengar Pada Program	5.344	0.000	Sig	0.329

Sumber: data primer yang diolah, 2008

Pengujian model struktural didapatkan hasil pengujian yang signifikan untuk semua pengujian hipotesis. Pengaruh yang paling kuat adalah pengaruh kepercayaan pendengar pada program terhadap kesetiaan mengikuti program yang memiliki nilai CR sebesar 5,344.

D. Interpretasi Hasil Penelitian dan Pembahasan

Setelah menilai model secara keseluruhan dan menguji hubungan kausalitas seperti yang dihipotesiskan, tahap selanjutnya adalah pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Reputasi Program Pada Kepercayaan Program

Hipotesis 1: reputasi program berpengaruh positif pada kepercayaan program.

Hipotesis ini bertujuan untuk menguji reputasi program secara signifikan berpengaruh pada kepercayaan program pada program

Konsultasi Penyakit Dalam. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai C.R. sebesar 2,087 signifikan pada $p < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 1 didukung**. Artinya, secara statistik dapat ditunjukkan bahwa Reputasi Program (RP) memang mempunyai pengaruh langsung dan positif pada Kepercayaan Program (KP) seorang pendengar Konsultasi Penyakit Dalam Radio Mentari FM.

Dengan demikian, hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan reputasi program Konsultasi Penyakit Dalam akan meningkatnya kepercayaan pendengar pada program Konsultasi Penyakit Dalam atau dengan kata lain, semakin bagus reputasi program maka kepercayaan pada program juga semakin bagus, semakin bagus penilaian orang lain pada program maka kepercayaan program semakin tinggi, semakin program dapat dipercaya maka kepercayaan program semakin tinggi, semakin banyak anggapan bahwa program itu bagus maka kepercayaan program semakin tinggi, semakin sedikit mendengar komentar negatif dari orang lain tentang program maka semakin tinggi kepercayaan terhadap program. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shankar (1994), Lau & Lee (1999) serta Bennett & Gabriel (2001) yang menunjukkan bahwa reputasi program mempengaruhi kepercayaan pada program.

2. Pengaruh Perkiraan Program Pada Kepercayaan Program

Hipotesis 2: perkiraan program berpengaruh positif pada kepercayaan program.

Hipotesis ini bertujuan untuk menguji perkiraan program secara signifikan berpengaruh terhadap kepercayaan program pada program Konsultasi Penyakit Dalam. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai C.R. sebesar 2,250 signifikan pada $p < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 2 didukung**. Artinya, secara statistik dapat ditunjukkan bahwa perkiraan program (PP) memang mempunyai pengaruh langsung dan positif pada kepercayaan pada program (KPP).

Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan perkiraan program akan meningkatnya kepercayaan pada program atau dengan kata lain semakin mampu pendengar memprediksi tema informasi program, maka semakin tinggi kepercayaan pendengar pada program. Semakin baik konsistensi kualitas program, konsistensi informasi program, konsistensi kualitas penyajian maka semakin tinggi kepercayaan pendengar pada program. Semakin baik performa program dibanding dengan harapan pendengar maka semakin tinggi kepercayaan pada program. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lau & Lee (1999) yang menunjukkan bahwa prediksi program mempengaruhi kepercayaan pada program.

3. Pengaruh Kompetensi Program Pada Kepercayaan Program

Hipotesis 3: kompetensi program berpengaruh positif pada kepercayaan program.

Hipotesis ini bertujuan untuk menguji kompetensi program secara signifikan berpengaruh terhadap kepercayaan program pada program

Konsultasi Penyakit Dalam. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai C.R. sebesar 3,658 signifikan pada $p < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 3 didukung**. Artinya, secara statistik dapat ditunjukkan bahwa kompetensi program (KP) memang mempunyai pengaruh langsung dan positif pada kepercayaan pada program (KPP).

Dengan melihat hasil di atas maka diindikasikan bahwa peningkatan kompetensi program akan meningkatnya kepercayaan pada program atau dengan kata lain semakin baik program ini dikategori program kesehatan atau tidak adanya program lain yang dinilai lebih baik dari program ini, maka semakin tinggi kepercayaan pendengar pada program. Semakin baik performa dan penyajian program dari program lain maka semakin tinggi kepercayaan pada program. Semakin efektif dan semakin banyak informasi yang diberikan program dibanding program lain, maka semakin tinggi kepercayaan pendengar pada program. Jika informasi yang diberikan semakin sesuai kebutuhan, maka kepercayaan pendengar pada program juga semakin tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lau & Lee (1999) yang menunjukkan bahwa kompetensi program mempengaruhi kepercayaan pada program.

4. Pengaruh Kepercayaan Stasiun Radio Pada Kepercayaan Program

Hipotesis 4: kepercayaan stasiun radio berpengaruh positif pada kepercayaan program.

Hipotesis ini bertujuan untuk menguji kepercayaan stasiun radio secara signifikan berpengaruh terhadap kepercayaan program pada program Konsultasi Penyakit Dalam. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai C.R. sebesar 2,341 signifikan pada $p < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 4 didukung**. Artinya, secara statistik dapat ditunjukkan bahwa kepercayaan pada stasiun radio (KSR) memang mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap Kepercayaan Program (KP) seorang pendengar Konsultasi Penyakit Dalam Radio Mentari FM.

Dari hasil di atas maka diindikasikan bahwa peningkatan kepercayaan pada stasiun radio Konsultasi Penyakit Dalam akan meningkatnya kepercayaan pendengar pada program Konsultasi Penyakit Dalam atau dengan kata lain, semakin percaya pendengar pada kualitas stasiun radio, pada informasi yang diberikan, pada semua siaran stasiun radio maka semakin tinggi kepercayaan pendengar pada program. Semakin tinggi rasa aman pendengar menggunakan informasi yang diberikan program, semakin percaya pendengar bahwa stasiun radio ini memberikan manfaat padanya, maka semakin tinggi kepercayaan pendengar pada program. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lau & Lee (1999) yang menunjukkan bahwa kepercayaan pada stasiun radio mempengaruhi kepercayaan pada program.

5. Pengaruh Kesukaan Program Pada Kepercayaan Program

Hipotesis 5: kesukaan pendengar pada program berpengaruh positif dengan kepercayaan pendengar pada program.

Hipotesis ini bertujuan untuk menguji kesukaan program secara signifikan berpengaruh terhadap kepercayaan program pada program Konsultasi Penyakit Dalam. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai C.R. sebesar 2,173 signifikan pada $p < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 5 didukung**. Artinya, secara statistik dapat ditunjukkan bahwa kesukaan pada program (KSP) memang mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap Kepercayaan Program (KP) seorang pendengar Konsultasi Penyakit Dalam Radio Mentari FM.

Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kesukaan pada program akan meningkatnya kepercayaan pendengar pada program Konsultasi Penyakit Dalam atau dengan kata lain semakin suka pendengar pada program, semakin sering pendengar memilih program untuk didengarkan, dan semakin program difavoritkan oleh pendengar, maka semakin tinggi kepercayaan pendengar pada program. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lau & Lee (1999) serta Nicholson (2001) yang menunjukkan bahwa kesukaan pada program mempengaruhi kepercayaan pada program.

6. Pengaruh Kepercayaan Program Pada Kesetiaan Mengikuti Program

Hipotesis 6: Kepercayaan pada program berpengaruh positif pada kesetiaan mengikuti program.

Hipotesis ini bertujuan untuk menguji kepercayaan program secara signifikan berpengaruh terhadap kesetiaan mengikuti program pada program Konsultasi Penyakit Dalam. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai

C.R. sebesar 5,344 signifikan pada $p < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 6 didukung**. Artinya, secara statistik dapat ditunjukkan bahwa kepercayaan pada program (KPP) memang mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap loyalitas mengikuti program (KMP) pada pendengar Konsultasi Kesehatan Penyakit Dalam.

Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kepercayaan pendengar pada program, semakin program dapat diharapkan, semakin penuh kepercayaan yang dimiliki pada program, semakin percaya bahwa informasi yang diberikan tidak akan merugikan, maka semakin tinggi kesetiaan pendengar mengikuti program. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lau & Lee (1999), Delgado & Munuera (2001) serta Horppu *et al.*, (2008) yang menunjukkan bahwa kepercayaan pada program mempengaruhi loyalitas.

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini diuraikan tentang hal-hal yang terkait dengan kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran peneliti untuk perusahaan dan penelitian ke depan.

A. KESIMPULAN

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Lau & Lee (1999). Hasil pengujian *goodness-of-fit* atas model yang diajukan menunjukkan hasil yang baik. Berikut ini adalah urutan hasil pengukuran model penelitian ini: $\chi^2 = 1,036$; probabilitas = 0,000; CMIN/DF = 1,510; GFI = 0,785; AGFI = 0,756; TLI = 0,900; CFI = 0,907; RMSEA = 0,051.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis yang diajukan mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lau & Lee (1998), yaitu sebagai berikut:

1. reputasi program berpengaruh positif pada kepercayaan program .
Reputasi program merupakan pengaruh paling lemah terhadap kepercayaan pendengar pada program diantara variabel lain dengan nilai CR sebesar 2,087.
2. perkiraan program berpengaruh positif pada kepercayaan program .
perkiraan program merupakan pengaruh paling kuat berikutnya

terhadap kepercayaan pendengar pada program dengan nilai CR sebesar 2,250

3. Kompetensi Program “Konsultasi penyakit Dalam” Radio Mentari FM berpengaruh positif pada kepercayaan program . Pengaruh terkuat kedua kepercayaan pendengar pada program adalah kompetensi program yang memiliki nilai CR sebesar 3,658
4. Kepercayaan pada stasiun radio berpengaruh positif pada kepercayaan program . kepercayaan pada stasiun radio merupakan pengaruh paling kuat berikutnya terhadap kepercayaan pendengar pada program dengan nilai CR sebesar 2,341.
5. kesukaan pada program berpengaruh positif pada kepercayaan program . kesukaan pada program merupakan pengaruh paling kuat berikutnya terhadap kepercayaan pendengar pada program dengan nilai CR sebesar 2,173.
6. Kepercayaan program berpengaruh positif pada kesetiaan mengikuti pada program “Konsultasi penyakit Dalam” Radio Mentari FM. Pengaruh yang paling kuat adalah pengaruh kepercayaan pendengar pada program terhadap kesetiaan mengikuti program yang memiliki nilai CR sebesar 5,344

B. KETERBATASAN

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan dan kekurangan.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada pendengar program “Konsultasi penyakit Dalam” serta pendengar yang berdomisili di kota Surakarta, sedangkan jangkauan Radio Mentari FM meliputi eks karisidenan Surakarta sehingga generalisasi hasil penelitian ini masih terbatas untuk pendengar di kota Surakarta.
2. Kriteria sampel adalah orang yang pernah mendengarkan “Konsultasi penyakit Dalam” minimal hanya sebanyak dua kali, yang memungkinkan kekurangakuratan data yang diperoleh.
3. Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner sehingga dimungkinkan terjadi bias dalam pengisian yang dapat menyebabkan hasil penelitian berbeda.
4. penelitian ini tidak memasukkan pengaruh kesamaan *personality* pendengar - program pada kepercayaan program.

C. SARAN

Berdasarkan hasil hasil penelitian, saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Saran Studi Lanjutan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti memberikan saran bagi penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Model yang dikembangkan bertumpu pada metode riset yang terbatas ruang lingkupnya. Hal ini berdampak pada keterbatasan model untuk diaplikasi pada keadaan yang berbeda. Keterbatasan ini mengisyaratkan perlunya studi lanjutan sehingga konsep yang dimodelkan dapat ditingkatkan generalisasinya.
2. Penelitian yang akan datang disarankan menambahkan kriteria syarat minimal pengalaman pernah mendengar program, sehingga responden benar-benar memiliki pengalaman yang dapat digunakan sebagai evaluasi dalam pembentukan kepercayaan. Karena menurut teori psikologi (Elliot & Yannopoulou, 2007) kepercayaan terbentuk melalui pengalaman dan interaksi berulang.
3. penelitian yang akan datang diharapkan mampu meneliti variable selain reputasi program, perkiraan program, kompetensi program, kepercayaan pada stasiun radio, dan kesukaan program yang dapat mempengaruhi kepercayaan program.

2. Saran Teoritis

Studi ini dilakukan dengan setting di Indonesia khususnya kota Surakarta. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam memahami reputasi program, perkiraan program, kompetensi program, kepercayaan pada stasiun radio, kesukaan program, kepercayaan program serta kesetiaan mengikuti program. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan diskusi atau referensi untuk mengungkap fenomena persepsi dalam konteks atau objek yang berbeda.

3. Saran Praktis

Studi ini disarankan dapat memberikan pemahaman pada praktisi terhadap upaya-upaya untuk memahami kepercayaan program dan kesetiaan mengikuti program. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menyusun strategi pemasaran yang efektif disesuaikan dengan hasil penelitian.

a) Reputasi Program

Dari hasil penelitian diketahui bahwa indikasi reputasi program yang memiliki nilai negatif paling besar adalah menyangkut informasi dari orang lain (pernah mendengar dari orang lain yang mengatakan program ini tidak bagus = 25 orang, pernah mendengar dari orang lain yang menyatakan informasi program tidak dapat dipercaya = 18 orang dan pernah mendengar dari orang lain tentang hal negatif program =17 orang). Dari data tersebut, maka untuk lebih meningkatkan reputasi program “Konsultasi Penyakit Dalam” sebaiknya radio Mentari FM lebih mengefisienkan penyampaian informasi melalui orang lain (*word of mouth*).

Mengefisienkan *word of mouth* dapat diwujudkan dengan :

- i. Menyebarkan kuesioner untuk menganalisa mengenai kepuasan pendengar. Diharapkan dengan mampu mengetahui tingkat kepuasan pendengar, maka Mentari FM dapat mengontrol serta mengefisienkan *word of mouth*.
- ii. Mengakomodasi WOM juga bisa diwujudkan dengan menerapkan hubungan yang baik dengan pendengar, misalnya dengan membuat list pendengar aktif, sehingga akan memudahkan “Konsultasi

penyakit Dalam” untuk mengevaluasi acara dan memanfaatkan *word of mouth* dari pendengar setia.

- iii. Menghindari WOM negatif dari pendengar, radio Mentari FM sebaiknya menyediakan wadah sms saran dan kritik tentang program “Konsultasi penyakit Dalam” dengan hadiah menarik tiap periode tertentu (misal, sebulan sekali) untuk menampung keluhan pendengar. Keluhan tersebut akan lebih mudah dan lebih cepat ditanggulangi sehingga tidak menimbulkan *word of mouth negatif* pada calon pendengar baru.

b) Perkiraan Program

Dari hasil penelitian diketahui bahwa indikasi perkiraan program yang memiliki nilai negatif paling besar adalah menyangkut konsistensi program (51 orang mengatakan program tidak konsisten, 50 orang mengatakan performa acara yang meliputi nara sumber atau penyiar tidak bisa konsisten dalam kualitasnya serta 69 orang mengatakan tema program tidak bisa diperkirakan). Dari data tersebut, maka untuk meningkatkan perkiraan program “Konsultasi Penyakit Dalam” sebaiknya radio Mentari Fm disarankan untuk lebih meningkatkan konsistensi program yang dapat diwujudkan, dengan memastikan kedatangan dokter nara sumber, mengingat seringkali program tidak dapat disiarkan karena ketidakhadiran narasumber, atau bila perlu disiapkan nara sumber pengganti.

c) Kompetensi Program

Dari hasil penelitian diketahui bahwa indikasi kompetensi program yang memiliki nilai negatif paling besar adalah menyangkut performa program pesaing (72 orang menolak jika dikatakan program ini lebih bagus daripada program kesehatan lain, 60 orang mengatakan banyak program kesehatan yang jauh lebih baik, serta 60 orang menolak jika program dikatakan lebih memberikan manfaat daripada program kesehatan lain). Dari data tersebut, maka untuk lebih meningkatkan kompetensi program Radio Mentari FM disarankan meningkatkan performa program “Konsultasi Penyakit Dalam” dengan cara :

- i. “Konsultasi penyakit Dalam” merupakan acara kesehatan yang memuat informasi berat, sehingga terkadang acara terkesan serius dan monoton. Maka diperlukan adanya variasi/selingan yang menarik, misalnya *joke*, lagu-lagu, atau informasi kesehatan dengan bahasa yang mudah dipahami.
- ii. Informasi yang disampaikan seringkali menggunakan istilah kedokteran yang terlalu banyak, sehingga pendengar kurang mampu mencerna dengan baik. Maka sebaiknya penyiar dapat membantu menerjemahkan bahasa yang disampaikan dokter dengan kalimat yang lebih mudah dipahami.
- iii. Program ini disiarkan bersamaan dengan “Bincang Kesehatan” Solopos FM dengan konsep acara yang serupa “Konsultasi Penyakit Dalam”. Selain itu radio PTPN juga memiliki program kesehatan yang lebih menarik dengan mengangkat topik-topik yang

update dengan kemasan siaran yang lebih santai dan humoris. Maka disarankan “Konsultasi penyakit Dalam” memberikan variasi dan kemasan acara yang lebih kreatif untuk lebih membedakan dengan program kesehatan lain, misalnya memberikan tambahan informasi mengenai tips-tips kesehatan, ataupun menciptakan jargon unik untuk lebih mengingatkan pendengar pada program “Konsultasi penyakit Dalam”.

d) Kepercayaan pada Stasiun Radio

Dari hasil penelitian diketahui bahwa masih ada 34 orang pendengar yang mengatakan belum mampu sepenuhnya mempercayai stasiun radio Mentari FM, maka untuk meningkatkan kepercayaan pendengar pada radio Mentari FM sebaiknya radio Mentari FM lebih meningkatkan kredibilitasnya sebagai radio kesehatan, misalnya dengan mensponsori seminar kesehatan, mengadakan konsultasi “temu dokter langsung” secara offair.

e) Kesukaan pada Program

Dari hasil penelitian diketahui bahwa masih ada 78 orang pendengar yang menolak mengatakan “Konsultasi penyakit Dalam” merupakan program kesehatan yang paling dia sukai, dari data tersebut, maka disarankan untuk lebih meningkatkan kesukaan pada program , sebaiknya radio Mentari FM mengemas program “Konsultasi Penyakit Dalam” dengan lebih komunikatif, serta menambah variasinya. Misalnya, mengundang bintang tamu, menambah

jumlah penyiar (menjadi dua orang dengan saling menimpali), memberikan tips-tips kesehatan praktis, serta memberikan hadiah pada pendengar aktif (sponsorship dengan laboratorium kesehatan, klinik, rumah sakit, apotek, dan lain-lain).

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry. 1998. *Consumer Behavior & Marketing Action*. 6th ed. South-Western College Publishing. New York. USA.
- Assael, Henry & David F. Poltrack. 2006. The impact of tv program involvement on program attitudes & subsequent exposure. *Journal of Advertising Research*. Vol. 9. pp. 1-17.
- Bennett, Roger & Gabriel, Helen. 2001. Reputation, trust & supplier commitment: the case of shipping company/seaport relations. *Journal of Business & Industrial Marketing*. Vol. 16. pp: 424-438.
- Chaudhuri, A. & Holbrook, M.B. 2001. The chain of effect from brand trust & brand affect to brand performance: the role of brand loyalty. *Journal of Marketing*. Vol. 65. pp. 81-93.
- Delgado, Elena & Jose LM. 2001. Brand trust in the context of consumer loyalty. *European Journal of Marketing*. Vol. 35. pp. 1238-1258.
- Delgado, Elena & Jose LM. 2005. Does brand trust matter to brand equity, *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 14. pp. 187-196.
- Depkominfo.2007. Info PRSSNI dan Penyiaran Radio. <http://www.radioprssni.com/prssnnew/eventdetail.asp?id=14>
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo, 1996, *Statistic Induktif*, Edisi IV, Yogyakarta, BPFE
- Elliott, Richard & N, Yannopoulou. 2007. The nature of trust in brands: a psychosocial model. *European Journal of Marketing*. Vol. 41. pp. 988-998.
- Ferdinand, Agusty. 2006. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Fakultas Ekonomi UNDIP.

- Ferdinand, Agusty. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Fombrun, 1996. *Reputation: Realizing the value from the corporate image*, Harvard Business School Press, Boston
- Ganesan, Shankar. 1994. Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*. Vol 58. pp. 1-19.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gummerus, Johanna., Liljander, Veronica., Pura, Minna & Riel, V.A. 2004. Customer loyalty to content-based web sites: the case of an online health-care service. *Journal of Services Marketing*. Vol. 18. pp. 175-186.
- Hair, Joseph F., JR., Rolp E Anderson, Ronald L, Tatham & William L Black. 1998. *Multivariate Data Analysis*, 5th ed, USA: Prentice Hall International, Inc.
- Hamilton, Rebecca W. 2003. Why do people suggest what they do not want? Using context effects to influence others Choices. *Journal of Consumer Research, Inc*. Vol. 29. pp. 492-506.
- Horppu, M., Olli K., Anssi T & Hanna K.E. 2008. Online satisfaction, trust and loyalty, and the impact of the offline parent brand. *Journal of Product & Brand Management* Vol. 17. pp. 403-413.
- Jeff Hess, John Story. 2005. Trust-based commitment: multidimensional consumer-brand relationships. *Journal of consumer marketing* Vol. 22, pp. 313-322.
- Jogiyanto, H. M. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah & Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta. BPFE.
- Lau, Geok Theng & Sook Han Lee. 1999. Consumers trust in a brand & the link to brand loyalty. *Journal of Focused Management*. Vol. 4. pp. 341-370.
- Morgan, RM & Hunt, SD. 1994, "The Commitment-trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of marketing*, Vol. 58, July, pp 20-38.
- Nicholson, C.Y., L.D. Compeau & R. Sethi. 2001. The role of interpersonal liking in building trust in long-term channel relationships. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol. 29. pp. 3-15.

- Peer, Limor., Ed Malthouse, Mary Nesbitt & Bobby Calder. 2007. The local TV news experience: how to win viewers by focusing on engagement. *Media Management Center*. Vol. 7. pp 1-91.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business: Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Sichtmann, Christina. 2007. An analysis of antecedents & consequences of trust in a corporate brand. *European Journal of Marketing*. Vol. 41. pp. 999-1015.
- Tylor, S. E., Peplau, L. A & Sears , D. O. 1994. *Social Psychology*. 8th ed. Englewoods Cliffs. NJ: Prentice Hall.
- Umar, H. 2003. *Metode Riset Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wang, Y.D., & Emurian, H.H. 2005. An Overview of Online Trust: Concepts, Elements, and Implications. *Computers in Human Behavior*.21(1).

DAFTAR KUESIONER
PENGARUH KEPERCAYAAN
PADA LOYALITAS PENDENGAR RADIO DI SURAKARTA
(Studi pada Program Kesehatan “Konsultasi Penyakit Dalam” Mentari FM)

Deskripsi program

Bincang Kesehatan merupakan program radio Mentari FM yang mengangkat tema kesehatan. Program ini disiarkan setiap hari Rabu pukul 21.00 WIB. Nara sumber yang didatangkan adalah dokter dari berbagai rumah sakit terpercaya di kota Surakarta, Dialog bersifat interaktif & pendengar dapat bertanya melalui telepon atau sms.

Identitas responden

(Mohon mengisikan data anda pada tempat yang disediakan.)

- | | | |
|------------------|---|--|
| 1. Nama | : | |
| 2. Jenis Kelamin | : | (L/P)* |
| 3. Usia | : | _____ tahun |
| 4. Pendidikan | : | |
| 5. Pekerjaan | : | |
| 6. No telepon | : | |

*)coret yang tidak perlu

Petunjuk kuesioner

Anda dimohon memberikan tanggapan terhadap setiap item pertanyaan dengan memberikan tanda (✓) sesuai kolom yang disediakan.

Keterangan

- Sangat tidak setuju (STS)
- Tidak setuju (TS)
- Setuju (S)
- Sangat setuju (SS)

Daftar pertanyaan

1. Apakah anda sering mendengarkan radio? a. Ya b. Tidak

2. Apakah anda pernah mendengarkan siaran Mentari FM?

	a. Ya	b. Tidak
--	-------	----------

3. Apakah anda pernah mendengarkan program kesehatan di radio?

a. Ya b. Tidak

4. Apakah anda pernah mendengar program "Konsultasi Penyakit Dalam"?

a. Ya b.

Tidak

Reputasi program	SS	S	TS	STS
a. Saya merasa program ini memiliki reputasi yang bagus.				
b. Saya merasa program ini tidak dapat dipercaya.				
c. Orang lain mengatakan pada saya bahwa program ini tidak bagus				
d. Orang lain mengatakan pada saya bahwa program ini tidak dapat dipercaya.				
e. Program ini memiliki reputasi yang baik.				
f. Saya pernah mendengar komentar negatif dari orang lain mengenai program ini.				
Perkiraan program	SS	S	TS	STS
a. Sebelum mendengarkan program ini saya tahu secara jelas apa tema informasi program ini nantinya				
b. Saya dapat selalu memperkirakan informasi apa yang akan saya dapat setelah mendengarkan program ini.				
c. Saya merasa program ini tidak mempunyai kualitas yang konsisten.				
d. Saya merasa program ini memberikan informasi yang konsisten.				
e. Saya merasa penyajian itu penting. Namun saya tidak yakin akan mendapatkan penyajian program yang sama (sama bagusnya) pada saat saya mendengarkan program ini lain waktu.				
f. Saya tahu bagaimana performa program ini & saya merasa program ini selalu memenuhi performa yang saya harapkan.				
Kompetensi program	SS	S	TS	STS
a. Saya merasa program ini adalah program yang terbaik dalam kategori kesehatan.				
b. Saya merasa banyak program kesehatan lain yang lebih bagus daripada program ini.				
c. Saya merasa performa & penyajian program ini lebih bagus daripada program kesehatan lain.				
d. Saya merasa program ini memberikan informasi yang lebih efektif daripada program lain.				

e. Saya merasa program ini lebih memenuhi kebutuhan informasi yang saya butuhkan daripada program lain.				
f. Saya merasa program ini memberikan informasi yang lebih banyak daripada program kesehatan lain.				
Kepercayaan pada stasiun radio	SS	S	TS	STS
a. Saya tidak percaya pada kualitas program stasiun radio ini.				
b. Saya percaya bahwa stasiun radio ini tidak akan memberikan informasi yang menyesatkan pada saya.				
c. Saya percaya pada semua siaran program stasiun radio ini.				
d. Saya merasa aman untuk menggunakan informasi yang saya terima dari program yang disiarkan, karena saya tahu pihak stasiun radio tidak akan merugikan saya.				
e. Saya merasa program di radio ini dapat memberi manfaat yang baik				
Rasa suka pada program yang disiarkan	SS	S	TS	STS
a. Saya menyukai program ini.				
b. Saya lebih memilih mendengarkan program lain daripada program ini.				
c. Ini adalah program favorit saya.				
Kepercayaan pada program	SS	S	TS	STS
a. Saya percaya pada program ini.				
b. Saya merasa program ini tidak bisa diharapkan.				
c. Saya merasa dapat mempercayai program ini secara penuh.				
d. Saya tidak dapat mengandalkan program ini.(baik dalam informasi yang diperoleh maupun pemuasan kebutuhan).				
e. Saya merasa aman mendengarkan program ini karena saya tahu bahwa program ini memberikan informasi yang tidak akan merugikan saya.				
Kesetiaan Mengikuti Program	SS	S	TS	STS
a. Saya tidak bermaksud untuk terus mendengarkan program ini.				
b. Jika ada program lain saya lebih memilih program lain.				
c. Jika program ini tiba-tiba ditunda saya akan tetap menanti penayangannya.				
d. Jika program ini tiba-tiba tidak dapat disiarkan, saya tetap akan mendengarkannya pada penayangan berikutnya.				

e. Jika ada orang yang berkata negatif tentang program ini saya akan membela program ini.				
f. Saya tidak akan program merekomendasikan program ini pada orang lain.				
g. Jika ada yang berkata program ini jelek saya akan mempercayainya.				
h. Saya selalu mengatakan pada orang lain betapa bagusnya program ini.				

*****Terimakasih*****



Frequency Table

RP1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	2.5	2.5	2.5
2	19	9.5	9.5	12.0
3	108	54.0	54.0	66.0
4	68	34.0	34.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

RP2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	1.0	1.0	1.0
2	9	4.5	4.5	5.5
3	127	63.5	63.5	69.0
4	62	31.0	31.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

RP3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	2.5	2.5	2.5
2	25	12.5	12.5	15.0
3	117	58.5	58.5	73.5
4	53	26.5	26.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

RP4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	10	5.0	5.0	5.0
2	18	9.0	9.0	14.0
3	110	55.0	55.0	69.0
4	62	31.0	31.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

RP5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	2.0	2.0	2.0
2	10	5.0	5.0	7.0
3	124	62.0	62.0	69.0
4	62	31.0	31.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

RP6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	7	3.5	3.5	3.5
2	17	8.5	8.5	12.0
3	119	59.5	59.5	71.5
4	57	28.5	28.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

PP1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	3.0	3.0	3.0
2	32	16.0	16.0	19.0
3	122	61.0	61.0	80.0
4	40	20.0	20.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

PP2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	10	5.0	5.0	5.0
2	10	5.0	5.0	10.0
3	117	58.5	58.5	68.5
4	63	31.5	31.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

PP3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	3.0	3.0	3.0
2	51	25.5	25.5	28.5
3	113	56.5	56.5	85.0
4	30	15.0	15.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

PP4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	7	3.5	3.5	3.5
2	46	23.0	23.0	26.5
3	108	54.0	54.0	80.5
4	39	19.5	19.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

PP5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	17	8.5	8.5	8.5
2	109	54.5	54.5	63.0
3	50	25.0	25.0	88.0
4	24	12.0	12.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

PP6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	2.5	2.5	2.5
2	69	34.5	34.5	37.0
3	97	48.5	48.5	85.5
4	29	14.5	14.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KP1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	2.0	2.0	2.0
2	50	25.0	25.0	27.0
3	110	55.0	55.0	82.0
4	36	18.0	18.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KP2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	9	4.5	4.5	4.5
2	60	30.0	30.0	34.5
3	103	51.5	51.5	86.0
4	28	14.0	14.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KP3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	3.0	3.0	3.0
2	72	36.0	36.0	39.0
3	87	43.5	43.5	82.5
4	35	17.5	17.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KP4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	2.5	2.5	2.5
2	60	30.0	30.0	32.5
3	88	44.0	44.0	76.5
4	47	23.5	23.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KP5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	2.5	2.5	2.5
2	15	7.5	7.5	10.0
3	129	64.5	64.5	74.5
4	51	25.5	25.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KP6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	2.0	2.0	2.0
2	54	27.0	27.0	29.0
3	105	52.5	52.5	81.5
4	37	18.5	18.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KSR1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	7	3.5	3.5	3.5
2	11	5.5	5.5	9.0
3	135	67.5	67.5	76.5
4	47	23.5	23.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KSR2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	9	4.5	4.5	4.5
2	12	6.0	6.0	10.5
3	114	57.0	57.0	67.5
4	65	32.5	32.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KSR3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	9	4.5	4.5	4.5
2	34	17.0	17.0	21.5
3	124	62.0	62.0	83.5
4	33	16.5	16.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KSR4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	9	4.5	4.5	4.5
2	17	8.5	8.5	13.0
3	132	66.0	66.0	79.0
4	42	21.0	21.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KSR5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	11	5.5	5.5	5.5
2	11	5.5	5.5	11.0
3	130	65.0	65.0	76.0
4	48	24.0	24.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KSP1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	9	4.5	4.5	4.5
2	41	20.5	20.5	25.0
3	112	56.0	56.0	81.0
4	38	19.0	19.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KSP2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	10	5.0	5.0	5.0
2	49	24.5	24.5	29.5
3	113	56.5	56.5	86.0
4	28	14.0	14.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KSP3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	7	3.5	3.5	3.5
2	81	40.5	40.5	44.0
3	78	39.0	39.0	83.0
4	34	17.0	17.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KPP1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	9	4.5	4.5	4.5
2	7	3.5	3.5	8.0
3	122	61.0	61.0	69.0
4	62	31.0	31.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KPP2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	7	3.5	3.5	3.5
2	14	7.0	7.0	10.5
3	124	62.0	62.0	72.5
4	55	27.5	27.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KPP3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	4.0	4.0	4.0
2	29	14.5	14.5	18.5
3	111	55.5	55.5	74.0
4	52	26.0	26.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KPP4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	4.0	4.0	4.0
2	29	14.5	14.5	18.5
3	116	58.0	58.0	76.5
4	47	23.5	23.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KPP5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	2.5	2.5	2.5
2	9	4.5	4.5	7.0
3	118	59.0	59.0	66.0
4	68	34.0	34.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KMP1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	4.0	4.0	4.0
2	30	15.0	15.0	19.0
3	128	64.0	64.0	83.0
4	34	17.0	17.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KMP2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	1.5	1.5	1.5
2	41	20.5	20.5	22.0
3	133	66.5	66.5	88.5
4	23	11.5	11.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KMP3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	1.5	1.5	1.5
2	73	36.5	36.5	38.0
3	97	48.5	48.5	86.5
4	27	13.5	13.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KMP4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	1.0	1.0	1.0
2	94	47.0	47.0	48.0
3	77	38.5	38.5	86.5
4	27	13.5	13.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KMP5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	1.5	1.5	1.5
2	65	32.5	32.5	34.0
3	110	55.0	55.0	89.0
4	22	11.0	11.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KMP6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	7	3.5	3.5	3.5
2	32	16.0	16.0	19.5
3	133	66.5	66.5	86.0
4	28	14.0	14.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KMP7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	2.5	2.5	2.5
2	25	12.5	12.5	15.0
3	125	62.5	62.5	77.5
4	45	22.5	22.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

KMP8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	2.5	2.5	2.5
2	18	9.0	9.0	11.5
3	135	67.5	67.5	79.0
4	42	21.0	21.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.910
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4199.304
	df	741
	Sig.	.000



Communalities

	Initial	Extraction
RP1	1.000	.602
RP2	1.000	.645
RP3	1.000	.666
RP4	1.000	.727
RP5	1.000	.537
RP6	1.000	.749
PP1	1.000	.654
PP2	1.000	.635
PP3	1.000	.728
PP4	1.000	.702
PP5	1.000	.619
PP6	1.000	.600
KP1	1.000	.727
KP2	1.000	.636
KP3	1.000	.724
KP4	1.000	.707
KP5	1.000	.533
KP6	1.000	.716
KSR1	1.000	.591
KSR2	1.000	.485
KSR3	1.000	.504
KSR4	1.000	.515
KSR5	1.000	.635
KSP1	1.000	.661
KSP2	1.000	.732
KSP3	1.000	.724
KPP1	1.000	.729
KPP2	1.000	.677
KPP3	1.000	.701
KPP4	1.000	.630
KPP5	1.000	.766
KMP1	1.000	.415
KMP2	1.000	.479
KMP3	1.000	.547
KMP4	1.000	.469
KMP5	1.000	.566
KMP6	1.000	.458
KMP7	1.000	.571
KMP8	1.000	.631

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	11.878	30.456	30.456	11.878	30.456	30.456	4.760	12.206	12.206
2	3.476	8.912	39.368	3.476	8.912	39.368	4.172	10.697	22.903
3	2.704	6.935	46.303	2.704	6.935	46.303	3.993	10.237	33.140
4	2.085	5.346	51.648	2.085	5.346	51.648	3.648	9.354	42.495
5	1.685	4.321	55.969	1.685	4.321	55.969	3.605	9.245	51.740
6	1.445	3.705	59.674	1.445	3.705	59.674	2.575	6.602	58.342
7	1.117	2.865	62.539	1.117	2.865	62.539	1.637	4.197	62.539
8	.961	2.463	65.002						
9	.908	2.329	67.331						
10	.857	2.198	69.529						
11	.760	1.949	71.477						
12	.756	1.938	73.415						
13	.665	1.704	75.120						
14	.638	1.636	76.755						
15	.621	1.593	78.349						
16	.599	1.536	79.885						
17	.578	1.482	81.366						
18	.536	1.373	82.740						
19	.524	1.344	84.083						
20	.498	1.276	85.359						
21	.477	1.223	86.582						
22	.455	1.166	87.748						
23	.420	1.078	88.825						
24	.400	1.025	89.851						
25	.385	.987	90.838						
26	.367	.942	91.780						
27	.355	.911	92.692						
28	.331	.849	93.540						
29	.325	.833	94.373						
30	.299	.768	95.141						
31	.281	.720	95.861						
32	.255	.655	96.516						
33	.230	.589	97.105						
34	.221	.566	97.671						
35	.209	.536	98.207						
36	.198	.508	98.715						
37	.183	.469	99.184						
38	.173	.443	99.627						
39	.145	.373	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
RP1	.604						
RP2	.606						
RP3							
RP4		.518					
RP5							
RP6			-.528				
PP1							
PP2	.520						
PP3				.562			
PP4	.616						
PP5							
PP6	.542						
KP1	.787						
KP2	.663						
KP3	.656						
KP4	.714						
KP5	.587						
KP6	.600						
KSR1							
KSR2							
KSR3							
KSR4							
KSR5						.503	
KSP1	.616						
KSP2							.706
KSP3	.701						
KPP1	.712						
KPP2	.672						
KPP3	.707						
KPP4	.664						
KPP5	.773						
KMP1							
KMP2	.536						
KMP3	.541						
KMP4	.504						
KMP5			.540				
KMP6							
KMP7	.539						
KMP8	.514						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 7 components extracted.

Rotated Component Matrix ^a

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
RP1			.652				
RP2			.648				
RP3			.773				
RP4			.830				
RP5			.679				
RP6			.849				
PP1					.632		
PP2					.727		
PP3					.776		
PP4					.703		
PP5					.722		
PP6					.592		
KP1	.682						
KP2	.645						
KP3	.793						
KP4	.728						
KP5	.630						
KP6	.804						
KSR1						.564	
KSR2						.528	
KSR3						.660	
KSR4						.660	
KSR5						.780	
KSP1							.576
KSP2							.808
KSP3							.524
KPP1				.732			
KPP2				.702			
KPP3				.713			
KPP4				.572			
KPP5				.700			
KMP1		.571					
KMP2		.588					
KMP3		.649					
KMP4		.598					
KMP5		.682					
KMP6		.582					
KMP7		.697					
KMP8		.736					

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6	7
1	.516	.420	.362	.440	.367	.237	.204
2	-.335	.336	.533	-.148	-.468	.468	-.174
3	-.145	.708	-.654	-.122	.081	.171	-.012
4	-.641	.079	.280	-.038	.691	-.159	-.011
5	.348	.298	.268	-.719	.039	-.446	.033
6	.189	-.335	-.088	-.484	.379	.680	-.060
7	-.179	-.049	.000	-.128	-.131	.092	.961

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RP1	15.81	7.374	.654	.860
RP2	15.76	7.844	.677	.858
RP3	15.91	7.268	.701	.852
RP4	15.88	6.991	.691	.855
RP5	15.78	7.770	.634	.863
RP6	15.87	7.078	.750	.843

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PP1	14.05	8.259	.605	.829
PP2	13.87	7.916	.652	.820
PP3	14.20	7.907	.691	.813
PP4	14.14	7.796	.673	.816
PP5	14.63	7.834	.589	.834
PP6	14.28	8.172	.589	.832

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	14.40	8.924	.782	.869
KP2	14.54	9.074	.686	.884
KP3	14.53	8.602	.778	.869
KP4	14.40	8.573	.762	.872
KP5	14.16	9.890	.598	.895
KP6	14.41	9.067	.721	.878

Reliability**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KSR1	12.19	4.265	.495	.698
KSR2	12.13	4.130	.451	.715
KSR3	12.40	4.029	.514	.690
KSR4	12.27	4.156	.490	.699
KSR5	12.23	3.904	.564	.670

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KSP1	5.49	1.708	.676	.629
KSP2	5.59	2.032	.488	.827
KSP3	5.69	1.602	.688	.611

Reliability**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPP1	12.43	5.683	.787	.863
KPP2	12.48	5.909	.731	.875
KPP3	12.58	5.582	.749	.872
KPP4	12.60	5.930	.652	.893
KPP5	12.37	5.831	.809	.860

Reliability**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KMP1	20.05	10.761	.460	.830
KMP2	20.11	10.762	.553	.818
KMP3	20.25	10.028	.629	.808
KMP4	20.35	10.308	.539	.820
KMP5	20.24	10.362	.594	.813
KMP6	20.08	10.868	.466	.829
KMP7	19.94	10.137	.642	.806
KMP8	19.92	10.315	.646	.807



Copyright 1994-1999 SmallWaters Corporation

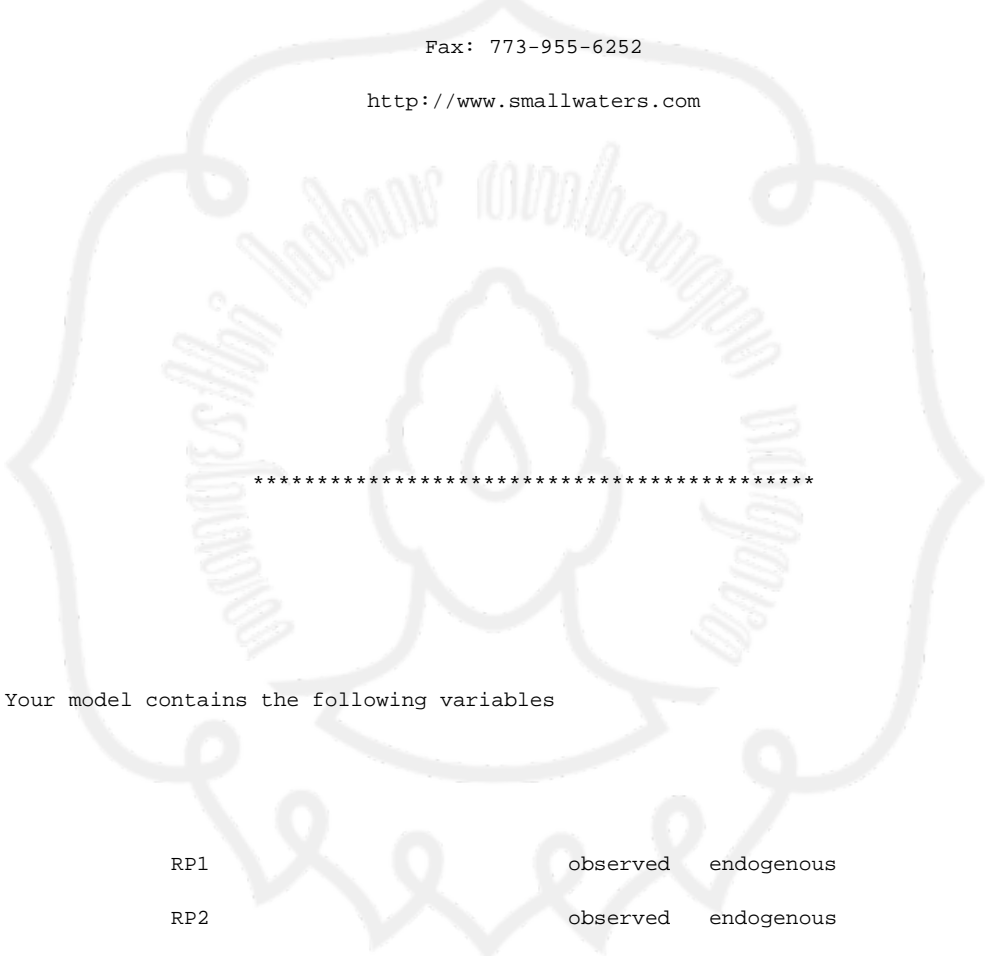
1507 E. 53rd Street - #452

Chicago, IL 60615 USA

773-667-8635


Fax: 773-955-6252

<http://www.smallwaters.com>



Your model contains the following variables

RP1	observed	endogenous
RP2	observed	endogenous
RP3	observed	endogenous
RP4	observed	endogenous
RP5	observed	endogenous
RP6	observed	endogenous
PP6	observed	endogenous
PP5	observed	endogenous
PP4	observed	endogenous
PP3	observed	endogenous



PP2	observed	endogenous
PP1	observed	endogenous
KP6	observed	endogenous
KP5	observed	endogenous
KP4	observed	endogenous
KP3	observed	endogenous
KP2	observed	endogenous
KP1	observed	endogenous
KPP1	observed	endogenous
KPP2	observed	endogenous
KPP3	observed	endogenous
KPP4	observed	endogenous
KPP5	observed	endogenous
KMP1	observed	endogenous
KMP2	observed	endogenous
KMP3	observed	endogenous
KMP4	observed	endogenous
KMP5	observed	endogenous
KMP6	observed	endogenous
KMP7	observed	endogenous
KMP8	observed	endogenous
KSR5	observed	endogenous
KSR4	observed	endogenous
KSR3	observed	endogenous
KSR2	observed	endogenous
KSR1	observed	endogenous
KSP3	observed	endogenous
KSP2	observed	endogenous
KSP1	observed	endogenous
Kepercayaan pada program	unobserved	endogenous
Kesetiaan mengikuti program	unobserved	endogenous
Reputasi program	unobserved	exogenous



e1	unobserved exogenous
e2	unobserved exogenous
e3	unobserved exogenous
e4	unobserved exogenous
e5	unobserved exogenous
e6	unobserved exogenous
Perkiraan	unobserved exogenous
e12	unobserved exogenous
e11	unobserved exogenous
e10	unobserved exogenous
e9	unobserved exogenous
e8	unobserved exogenous
e7	unobserved exogenous
Kompetensi	unobserved exogenous
e18	unobserved exogenous
e17	unobserved exogenous
e16	unobserved exogenous
e15	unobserved exogenous
e14	unobserved exogenous
e13	unobserved exogenous
e27	unobserved exogenous
e28	unobserved exogenous
e29	unobserved exogenous
e30	unobserved exogenous
e31	unobserved exogenous
e32	unobserved exogenous
e33	unobserved exogenous
e34	unobserved exogenous
e35	unobserved exogenous
e36	unobserved exogenous
e37	unobserved exogenous
e38	unobserved exogenous

e39	unobserved exogenous
Kepercayaan pada stasiun radio	unobserved exogenous
e23	unobserved exogenous
e22	unobserved exogenous
e21	unobserved exogenous
e20	unobserved exogenous
e19	unobserved exogenous
Kesukaan pada program	unobserved exogenous
e26	unobserved exogenous
e25	unobserved exogenous
e24	unobserved exogenous
z1	unobserved exogenous
z2	unobserved exogenous

Number of variables in your model: 87
 Number of observed variables: 39
 Number of unobserved variables: 48
 Number of exogenous variables: 46
 Number of endogenous variables: 41

Summary of Parameters

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed:	48	0	0	0	0	48
Labeled:	0	0	0	0	0	0
Unlabeled:	38	10	46	0	0	94
Total:	86	10	46	0	0	142

NOTE:

The model is recursive.

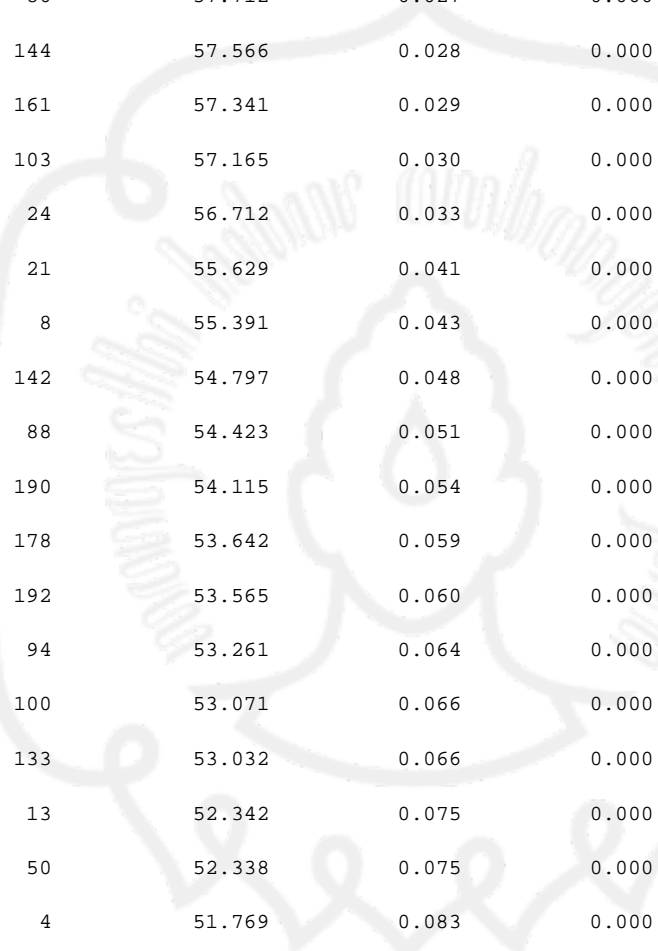
Assessment of normality

	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KSP1	1.000	4.000	-0.463	-2.674	0.129	0.372
KSP2	1.000	4.000	-0.406	-2.344	0.097	0.280
KSP3	1.000	4.000	0.168	0.971	-0.726	-2.095
KSR1	1.000	4.000	-0.886	-5.113	2.295	6.626
KSR2	1.000	4.000	-0.975	-5.630	1.456	4.204
KSR3	1.000	4.000	-0.611	-3.528	0.687	1.984
KSR4	1.000	4.000	-0.873	-5.042	1.684	4.861
KSR5	1.000	4.000	-1.018	-5.877	1.890	5.456
KMP8	1.000	4.000	-0.658	-3.797	1.703	4.915
KMP7	1.000	4.000	-0.559	-3.226	0.879	2.537
KMP6	1.000	4.000	-0.644	-3.715	1.145	3.305
KMP5	1.000	4.000	-0.002	-0.012	-0.282	-0.815
KMP4	1.000	4.000	0.488	2.817	-0.714	-2.060
KMP3	1.000	4.000	0.149	0.863	-0.569	-1.642
KMP2	1.000	4.000	-0.347	-2.002	0.676	1.953
KMP1	1.000	4.000	-0.651	-3.758	0.958	2.766
KPP5	1.000	4.000	-0.838	-4.836	1.738	5.018
KPP4	1.000	4.000	-0.621	-3.583	0.532	1.535
KPP3	1.000	4.000	-0.624	-3.604	0.391	1.129
KPP2	1.000	4.000	-0.836	-4.825	1.578	4.556
KPP1	1.000	4.000	-1.058	-6.108	2.116	6.108
KP1	1.000	4.000	-0.183	-1.058	-0.235	-0.679
KP2	1.000	4.000	-0.207	-1.196	-0.230	-0.665
KP3	1.000	4.000	0.059	0.340	-0.673	-1.944

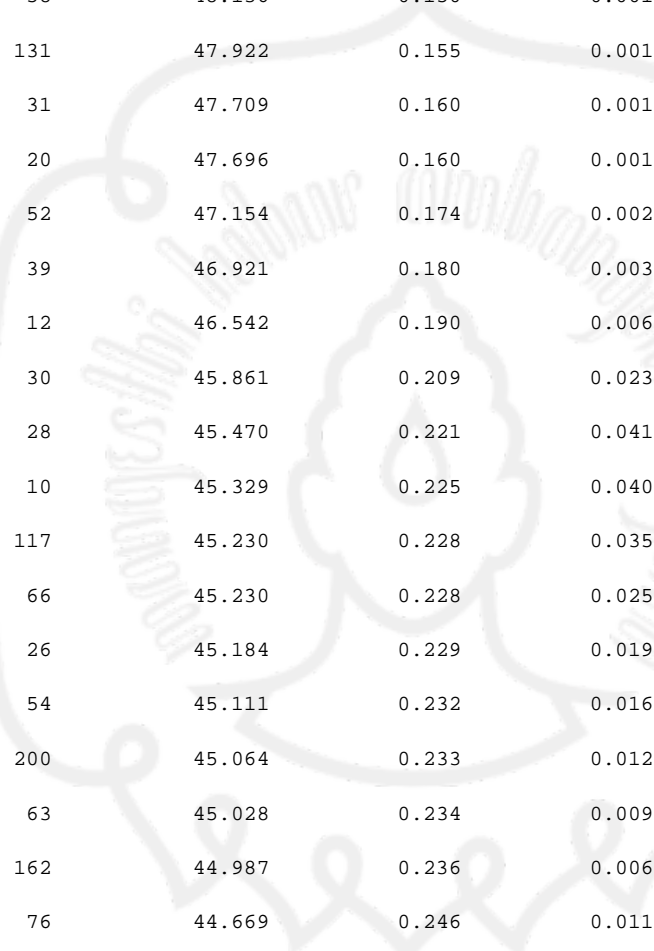
KP4	1.000	4.000	-0.100	-0.577	-0.768	-2.217
KP5	1.000	4.000	-0.690	-3.986	1.589	4.587
KP6	1.000	4.000	-0.129	-0.745	-0.398	-1.149
PP1	1.000	4.000	-0.515	-2.976	0.587	1.696
PP2	1.000	4.000	-1.029	-5.939	1.648	4.757
PP3	1.000	4.000	-0.268	-1.547	-0.010	-0.029
PP4	1.000	4.000	-0.338	-1.951	-0.101	-0.291
PP5	1.000	4.000	0.510	2.942	-0.277	-0.800
PP6	1.000	4.000	0.029	0.170	-0.486	-1.403
RP6	1.000	4.000	-0.793	-4.577	1.205	3.479
RP5	1.000	4.000	-0.690	-3.984	1.648	4.757
RP4	1.000	4.000	-0.876	-5.057	0.901	2.600
RP3	1.000	4.000	-0.570	-3.294	0.597	1.722
RP2	1.000	4.000	-0.392	-2.261	1.145	3.307
RP1	1.000	4.000	-0.723	-4.172	0.715	2.065
Multivariate					87.569	10.950

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance)

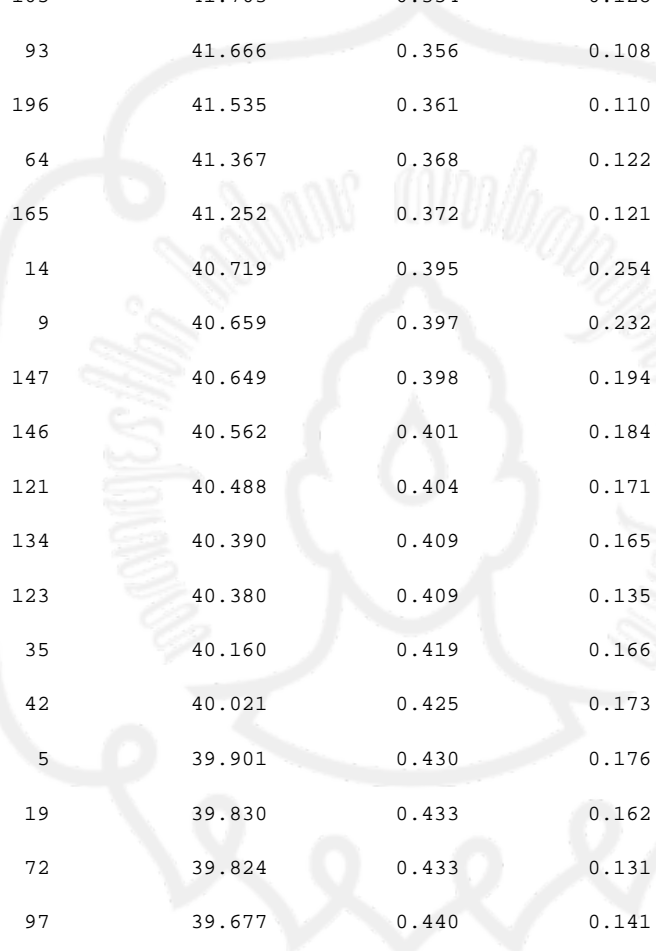
Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
3	75.350	0.000	0.081
195	74.824	0.000	0.004
179	67.434	0.003	0.026
56	66.030	0.004	0.012
71	64.396	0.006	0.010
7	63.965	0.007	0.003
62	63.598	0.008	0.001
114	60.981	0.014	0.007



127	60.395	0.016	0.004
44	59.395	0.019	0.006
110	58.969	0.021	0.004
102	58.312	0.024	0.004
32	58.145	0.025	0.002
34	57.956	0.026	0.001
80	57.712	0.027	0.000
144	57.566	0.028	0.000
161	57.341	0.029	0.000
103	57.165	0.030	0.000
24	56.712	0.033	0.000
21	55.629	0.041	0.000
8	55.391	0.043	0.000
142	54.797	0.048	0.000
88	54.423	0.051	0.000
190	54.115	0.054	0.000
178	53.642	0.059	0.000
192	53.565	0.060	0.000
94	53.261	0.064	0.000
100	53.071	0.066	0.000
133	53.032	0.066	0.000
13	52.342	0.075	0.000
50	52.338	0.075	0.000
4	51.769	0.083	0.000
155	51.593	0.085	0.000
128	50.862	0.097	0.001
65	50.533	0.102	0.001
61	49.910	0.113	0.003
81	49.865	0.114	0.002
77	49.834	0.115	0.001
141	49.673	0.118	0.001
168	49.630	0.118	0.001



25	49.486	0.121	0.001
183	49.480	0.121	0.000
43	48.953	0.132	0.001
172	48.799	0.135	0.001
73	48.767	0.136	0.000
38	48.179	0.149	0.002
58	48.136	0.150	0.001
131	47.922	0.155	0.001
31	47.709	0.160	0.001
20	47.696	0.160	0.001
52	47.154	0.174	0.002
39	46.921	0.180	0.003
12	46.542	0.190	0.006
30	45.861	0.209	0.023
28	45.470	0.221	0.041
10	45.329	0.225	0.040
117	45.230	0.228	0.035
66	45.230	0.228	0.025
26	45.184	0.229	0.019
54	45.111	0.232	0.016
200	45.064	0.233	0.012
63	45.028	0.234	0.009
162	44.987	0.236	0.006
76	44.669	0.246	0.011
140	44.214	0.261	0.025
22	44.083	0.265	0.025
198	44.053	0.266	0.019
78	43.895	0.272	0.020
154	43.853	0.273	0.015
149	43.598	0.282	0.022
92	43.519	0.285	0.019
167	43.453	0.287	0.016



36	42.975	0.305	0.040
148	42.946	0.306	0.031
68	42.505	0.323	0.067
6	41.962	0.344	0.157
137	41.790	0.351	0.172
176	41.790	0.351	0.137
105	41.703	0.354	0.128
93	41.666	0.356	0.108
196	41.535	0.361	0.110
64	41.367	0.368	0.122
165	41.252	0.372	0.121
14	40.719	0.395	0.254
9	40.659	0.397	0.232
147	40.649	0.398	0.194
146	40.562	0.401	0.184
121	40.488	0.404	0.171
134	40.390	0.409	0.165
123	40.380	0.409	0.135
35	40.160	0.419	0.166
42	40.021	0.425	0.173
5	39.901	0.430	0.176
19	39.830	0.433	0.162
72	39.824	0.433	0.131
97	39.677	0.440	0.141
163	39.288	0.457	0.234
157	39.261	0.458	0.202
197	38.937	0.473	0.287
95	38.891	0.475	0.260

Sample size: 200

Model: Default model

Computation of degrees of freedom

Number of distinct sample moments: 780

Number of distinct parameters to be estimated: 94

Degrees of freedom: 686

0e	18	0.0e+000	-9.3224e-001	1.00e+004	4.40041086196e+003	0	1.00e+004
1e	15	0.0e+000	-3.2203e-001	5.18e+000	2.39200809576e+003	20	2.42e-001
2e	4	0.0e+000	-1.6414e-001	1.53e+000	1.56036313877e+003	5	8.44e-001
3e	1	0.0e+000	-1.3762e-002	1.17e+000	1.21485556789e+003	5	7.99e-001
4e	0	7.9e+002	0.0000e+000	8.51e-001	1.10033748512e+003	5	8.71e-001
5e	0	1.7e+002	0.0000e+000	1.29e+000	1.08572837089e+003	2	0.00e+000
6e	0	2.5e+002	0.0000e+000	6.57e-001	1.04473331572e+003	1	1.17e+000
7e	0	4.0e+002	0.0000e+000	4.19e-001	1.03730244843e+003	1	1.18e+000
8e	0	5.7e+002	0.0000e+000	2.32e-001	1.03619829725e+003	1	1.13e+000
9e	0	6.5e+002	0.0000e+000	7.42e-002	1.03614308812e+003	1	1.05e+000
10e	0	6.8e+002	0.0000e+000	7.70e-003	1.03614274382e+003	1	1.01e+000
11e	0	6.8e+002	0.0000e+000	8.19e-005	1.03614274378e+003	1	1.00e+000

Minimum was achieved

Chi-square = 1036.143

Degrees of freedom = 686

Probability level = 0.000

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights:	Estimate	S.E.	C.R.	p
-----	-----	-----	-----	-----
Kepercayaan pada <- Reputasi program	0.168	0.080	2.087	0.037
Kepercayaan pada progra <- Perkiraan	0.208	0.092	2.250	0.024
Kepercayaan pada progr <- Kompetensi	0.373	0.102	3.658	0.000
Kepercayaan pada <- Kepercayaan pada	0.223	0.095	2.341	0.019
Kepercayaan pada <- Kesukaan pada pr	0.180	0.083	2.173	0,030
Kesetiaan mengik <- Kepercayaan pada	0.329	0.062	5.344	0.000
RP1 <----- Reputasi program	1.000			
RP2 <----- Reputasi program	0.839	0.086	9.706	0.000
RP3 <----- Reputasi program	1.042	0.104	10.030	0.000
RP4 <----- Reputasi program	1.131	0.114	9.885	0.000
RP5 <----- Reputasi program	0.841	0.093	9.013	0.000
RP6 <----- Reputasi program	1.107	0.105	10.507	0.000
PP6 <----- Perkiraan	1.000			
PP5 <----- Perkiraan	1.125	0.141	7.998	0.000
PP4 <----- Perkiraan	1.190	0.133	8.920	0.000
PP3 <----- Perkiraan	1.126	0.126	8.909	0.000
0.0PP2 <----- Perkiraan	1.089	0.129	8.420	0.000
PP1 <----- Perkiraan	0.929	0.120	7.742	0.000
KP6 <----- Kompetensi	1.000			0.000

KP5 <----- Kompetensi	0.753	0.083	9.045	0.000
KP4 <----- Kompetensi	1.167	0.099	11.754	0.000
KP3 <----- Kompetensi	1.165	0.097	12.024	0.000
KP2 <----- Kompetensi	1.023	0.095	10.768	0.000
KP1 <----- Kompetensi	1.086	0.088	12.288	0.000
KPP1 <----- Kepercayaan pada program	1.000			
KPP2 <----- Kepercayaan pada program	0.901	0.073	12.393	0.000
KPP3 <----- Kepercayaan pada program	1.045	0.078	13.391	0.000
KPP4 <----- Kepercayaan pada program	0.890	0.081	11.020	0.000
KPP5 <----- Kepercayaan pada program	0.981	0.065	15.024	0.000
KMP1 <-- Kesetiaan mengikuti program	1.000			
KMP2 <-- Kesetiaan mengikuti program	1.069	0.178	6.013	0.000
KMP3 <-- Kesetiaan mengikuti program	1.401	0.219	6.409	0.000
KMP4 <-- Kesetiaan mengikuti program	1.283	0.213	6.038	0.000
KMP5 <-- Kesetiaan mengikuti program	1.213	0.197	6.145	0.000
KMP6 <-- Kesetiaan mengikuti program	0.969	0.180	5.389	0.000
KMP7 <-- Kesetiaan mengikuti program	1.367	0.211	6.480	0.000
KMP8 <-- Kesetiaan mengikuti program	1.297	0.199	6.511	0.000
KSR5 <- Kepercayaan pada stasiun rad	1.000			
KSR4 <- Kepercayaan pada stasiun rad	0.847	0.138	6.123	0.000
KSR3 <- Kepercayaan pada stasiun rad	0.975	0.147	6.615	0.000
KSR2 <- Kepercayaan pada stasiun rad	0.885	0.146	6.046	0.000
KSR1 <- Kepercayaan pada stasiun rad	0.919	0.136	6.776	0.000
KSP3 <----- Kesukaan pada program	1.000			
KSP2 <----- Kesukaan pada program	0.540	0.073	7.445	0.000
KSP1 <----- Kesukaan pada program	0.839	0.067	12.453	0.000

Standardized Regression Weights: Estimate
 ----- -----

Kepercayaan pada <- Reputasi program 0.146
 Kepercayaan pada progra <- Perkiraan 0.170

Kepercayaan pada progr <- Kompetensi	0.350
Kepercayaan pada <- Kepercayaan pada	0.174
Kepercayaan pada <- Kesukaan pada pr	0.219
Kesetiaan mengik <- Kepercayaan pada	0.550
RP1 <----- Reputasi program	0.718
RP2 <----- Reputasi program	0.734
RP3 <----- Reputasi program	0.759
RP4 <----- Reputasi program	0.748
RP5 <----- Reputasi program	0.680
RP6 <----- Reputasi program	0.797
PP6 <----- Perkiraan	0.655
PP5 <----- Perkiraan	0.663
PP4 <----- Perkiraan	0.761
PP3 <----- Perkiraan	0.759
PP2 <----- Perkiraan	0.707
PP1 <----- Perkiraan	0.638
KP6 <----- Kompetensi	0.757
KP5 <----- Kompetensi	0.639
KP4 <----- Kompetensi	0.807
KP3 <----- Kompetensi	0.824
KP2 <----- Kompetensi	0.747
KP1 <----- Kompetensi	0.839
KPP1 <----- Kepercayaan pada program	0.829
KPP2 <----- Kepercayaan pada program	0.767
KPP3 <----- Kepercayaan pada program	0.809
KPP4 <----- Kepercayaan pada program	0.704
KPP5 <----- Kepercayaan pada program	0.874
KMP1 <-- Kesetiaan mengikuti program	0.503
KMP2 <-- Kesetiaan mengikuti program	0.614
KMP3 <-- Kesetiaan mengikuti program	0.693
KMP4 <-- Kesetiaan mengikuti program	0.619
KMP5 <-- Kesetiaan mengikuti program	0.639

```

KMP6 <-- Kesetiaan mengikuti program      0.512
KMP7 <-- Kesetiaan mengikuti program      0.710
KMP8 <-- Kesetiaan mengikuti program      0.717
KSR5 <- Kepercayaan pada stasiun rad      0.636
KSR4 <- Kepercayaan pada stasiun rad      0.559
KSR3 <- Kepercayaan pada stasiun rad      0.622
KSR2 <- Kepercayaan pada stasiun rad      0.550
KSR1 <- Kepercayaan pada stasiun rad      0.646
KSP3 <----- Kesukaan pada program       0.897
KSP2 <----- Kesukaan pada program       0.519
KSP1 <----- Kesukaan pada program       0.790

```

```

Covariances:
          Estimate      S.E.      C.R.      Label
-----
Reputasi program <-----> Perkiraan      0.073      0.022      3.359
Reputasi program <-----> Kompetensi      0.119      0.026      4.594
Reputasi program <> Kepercayaan pada      0.116      0.026      4.559
Reputasi program <> Kesukaan pada pr      0.113      0.031      3.616
Perkiraan <-----> Kompetensi      0.142      0.027      5.174
Perkiraan <> Kepercayaan pada stasiu      0.048      0.020      2.337
Perkiraan <--> Kesukaan pada program      0.207      0.036      5.711
Kompetensi <> Kepercayaan pada stasi      0.087      0.024      3.599
Kompetensi <--> Kesukaan pada program      0.284      0.041      6.880
Kepercayaan pada <> Kesukaan pada pr      0.105      0.031      3.390

```

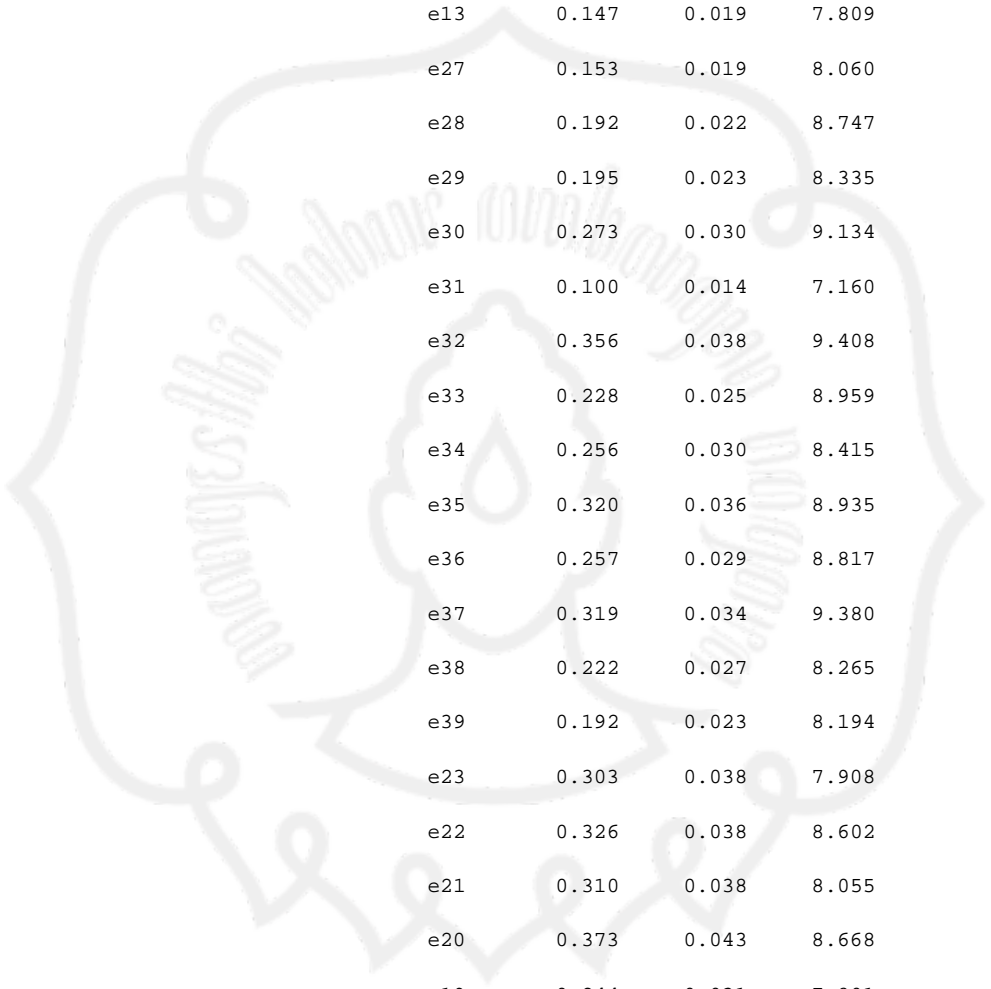
```

Correlations:
          Estimate
-----
Reputasi program <-----> Perkiraan      0.304

```

Reputasi program <-----> Kompetensi	0.430
Reputasi program <> Kepercayaan pada	0.506
Reputasi program <> Kesukaan pada pr	0.317
Perkiraan <-----> Kompetensi	0.546
Perkiraan <> Kepercayaan pada stasiu	0.220
Perkiraan <--> Kesukaan pada program	0.615
Kompetensi <> Kepercayaan pada stasi	0.352
Kompetensi <--> Kesukaan pada program	0.737
Kepercayaan pada <> Kesukaan pada pr	0.328

Variances:	Estimate	S.E.	C.R.	Label
-----	-----	-----	-----	-----
Reputasi program	0.256	0.046	5.592	
Perkiraan	0.226	0.046	4.900	
Kompetensi	0.297	0.049	6.119	
Kepercayaan pada stasiun radio	0.206	0.047	4.366	
Kesukaan pada program	0.500	0.067	7.509	
z1	0.114	0.019	5.951	
z2	0.084	0.024	3.469	
e1	0.241	0.028	8.622	
e2	0.155	0.018	8.487	
e3	0.204	0.025	8.236	
e4	0.258	0.031	8.356	
e5	0.210	0.024	8.881	
e6	0.180	0.023	7.739	
e12	0.301	0.034	8.831	
e11	0.364	0.042	8.779	
e10	0.233	0.030	7.872	
e9	0.211	0.027	7.889	
e8	0.269	0.032	8.454	



e7	0.284	0.032	8.932
e18	0.222	0.025	8.767
e17	0.245	0.026	9.357
e16	0.217	0.026	8.281
e15	0.191	0.024	8.064
e14	0.246	0.028	8.835
e13	0.147	0.019	7.809
e27	0.153	0.019	8.060
e28	0.192	0.022	8.747
e29	0.195	0.023	8.335
e30	0.273	0.030	9.134
e31	0.100	0.014	7.160
e32	0.356	0.038	9.408
e33	0.228	0.025	8.959
e34	0.256	0.030	8.415
e35	0.320	0.036	8.935
e36	0.257	0.029	8.817
e37	0.319	0.034	9.380
e38	0.222	0.027	8.265
e39	0.192	0.023	8.194
e23	0.303	0.038	7.908
e22	0.326	0.038	8.602
e21	0.310	0.038	8.055
e20	0.373	0.043	8.668
e19	0.244	0.031	7.801
e26	0.122	0.029	4.183
e25	0.397	0.042	9.477
e24	0.212	0.029	7.378

Implied (for all variables) Covariances

Kesukaan Kepercayaan Kompeten Perkiraan Reputasi Kepercayaan Kesetiaan

Kesukaan	0.500						
Kepercayaan	0.105	0.206					
Kompetens	0.284	0.087	0.297				
Perkiraan	0.207	0.048	0.142	0.226			
Reputasi	0.113	0.116	0.119	0.073	0.256		
Kepercayaan	0.282	0.127	0.231	0.160	0.149	0.338	
Kesetiaan	0.093	0.042	0.076	0.053	0.049	0.111	0.121
KSP1	0.420	0.088	0.239	0.174	0.095	0.236	0.078
KSP2	0.270	0.057	0.154	0.112	0.061	0.152	0.050
KSP3	0.500	0.105	0.284	0.207	0.113	0.282	0.093
KSR1	0.097	0.190	0.080	0.044	0.107	0.117	0.038
KSR2	0.093	0.182	0.077	0.042	0.103	0.112	0.037
KSR3	0.103	0.201	0.085	0.046	0.113	0.124	0.041
KSR4	0.089	0.175	0.074	0.040	0.099	0.107	0.035
KSR5	0.105	0.206	0.087	0.048	0.116	0.127	0.042
KMP8	0.120	0.054	0.098	0.068	0.063	0.144	0.156
KMP7	0.127	0.057	0.104	0.072	0.067	0.152	0.165
KMP6	0.090	0.040	0.074	0.051	0.047	0.108	0.117
KMP5	0.112	0.051	0.092	0.064	0.059	0.135	0.146
KMP4	0.119	0.053	0.097	0.068	0.063	0.142	0.155
KMP3	0.130	0.058	0.106	0.074	0.069	0.156	0.169
KMP2	0.099	0.045	0.081	0.056	0.052	0.119	0.129
KMP1	0.093	0.042	0.076	0.053	0.049	0.111	0.121
KPP5	0.276	0.124	0.226	0.157	0.146	0.331	0.109
KPP4	0.250	0.113	0.205	0.142	0.132	0.300	0.099
KPP3	0.294	0.133	0.241	0.167	0.156	0.353	0.116
KPP2	0.254	0.114	0.208	0.144	0.134	0.304	0.100
KPP1	0.282	0.127	0.231	0.160	0.149	0.338	0.111
KP1	0.309	0.095	0.323	0.154	0.129	0.251	0.082
KP2	0.291	0.089	0.304	0.145	0.121	0.236	0.078

KP3	0.331	0.102	0.346	0.165	0.138	0.269	0.088
KP4	0.332	0.102	0.347	0.165	0.139	0.269	0.089
KP5	0.214	0.066	0.224	0.107	0.089	0.174	0.057
KP6	0.284	0.087	0.297	0.142	0.119	0.231	0.076
PP1	0.192	0.044	0.132	0.210	0.068	0.149	0.049
PP2	0.226	0.052	0.154	0.247	0.080	0.174	0.057
PP3	0.233	0.054	0.160	0.255	0.083	0.180	0.059
PP4	0.246	0.057	0.169	0.269	0.087	0.190	0.063
PP5	0.233	0.054	0.159	0.255	0.082	0.180	0.059
PP6	0.207	0.048	0.142	0.226	0.073	0.160	0.053
RP6	0.125	0.129	0.131	0.081	0.283	0.165	0.054
RP5	0.095	0.098	0.100	0.062	0.215	0.125	0.041
RP4	0.128	0.132	0.134	0.083	0.290	0.168	0.055
RP3	0.118	0.121	0.124	0.076	0.267	0.155	0.051
RP2	0.095	0.098	0.100	0.062	0.215	0.125	0.041
RP1	0.113	0.116	0.119	0.073	0.256	0.149	0.049

KSP1 KSP2 KSP3 KSR1 KSR2 KSR3 KSR4

KSP1	0.564						
KSP2	0.227	0.543					
KSP3	0.420	0.270	0.622				
KSR1	0.081	0.052	0.097	0.418			
KSR2	0.078	0.050	0.093	0.168	0.534		
KSR3	0.086	0.056	0.103	0.185	0.178	0.506	
KSR4	0.075	0.048	0.089	0.161	0.155	0.170	0.474
KSR5	0.088	0.057	0.105	0.190	0.182	0.201	0.175
KMP8	0.101	0.065	0.120	0.050	0.048	0.053	0.046
KMP7	0.106	0.068	0.127	0.052	0.050	0.056	0.048
KMP6	0.075	0.048	0.090	0.037	0.036	0.039	0.034
KMP5	0.094	0.061	0.112	0.046	0.045	0.049	0.043

KMP4	0.100	0.064	0.119	0.049	0.047	0.052	0.045
KMP3	0.109	0.070	0.130	0.054	0.052	0.057	0.049
KMP2	0.083	0.053	0.099	0.041	0.039	0.043	0.038
KMP1	0.078	0.050	0.093	0.038	0.037	0.041	0.035
KPP5	0.232	0.149	0.276	0.114	0.110	0.121	0.105
KPP4	0.210	0.135	0.250	0.104	0.100	0.110	0.096
KPP3	0.247	0.159	0.294	0.122	0.117	0.129	0.112
KPP2	0.213	0.137	0.254	0.105	0.101	0.111	0.097
KPP1	0.236	0.152	0.282	0.117	0.112	0.124	0.107
KP1	0.259	0.167	0.309	0.087	0.084	0.092	0.080
KP2	0.244	0.157	0.291	0.082	0.079	0.087	0.076
KP3	0.278	0.179	0.331	0.093	0.090	0.099	0.086
KP4	0.279	0.179	0.332	0.094	0.090	0.099	0.086
KP5	0.180	0.116	0.214	0.060	0.058	0.064	0.056
KP6	0.239	0.154	0.284	0.080	0.077	0.085	0.074
PP1	0.161	0.104	0.192	0.041	0.039	0.043	0.037
PP2	0.189	0.122	0.226	0.048	0.046	0.050	0.044
PP3	0.196	0.126	0.233	0.049	0.047	0.052	0.045
PP4	0.207	0.133	0.246	0.052	0.050	0.055	0.048
PP5	0.196	0.126	0.233	0.049	0.047	0.052	0.045
PP6	0.174	0.112	0.207	0.044	0.042	0.046	0.040
RP6	0.105	0.068	0.125	0.118	0.114	0.125	0.109
RP5	0.080	0.052	0.095	0.090	0.087	0.095	0.083
RP4	0.108	0.069	0.128	0.121	0.116	0.128	0.111
RP3	0.099	0.064	0.118	0.111	0.107	0.118	0.103
RP2	0.080	0.051	0.095	0.090	0.086	0.095	0.083
RP1	0.095	0.061	0.113	0.107	0.103	0.113	0.099

KSR5 KMP8 KMP7 KMP6 KMP5 KMP4 KMP3

KSR5 0.509

KMP8	0.054	0.395					
KMP7	0.057	0.214	0.447				
KMP6	0.040	0.152	0.160	0.432			
KMP5	0.051	0.190	0.200	0.142	0.435		
KMP4	0.053	0.201	0.212	0.150	0.188	0.519	
KMP3	0.058	0.219	0.231	0.164	0.205	0.217	0.492
KMP2	0.045	0.167	0.176	0.125	0.156	0.165	0.181
KMP1	0.042	0.156	0.165	0.117	0.146	0.155	0.169
KPP5	0.124	0.141	0.149	0.106	0.132	0.140	0.153
KPP4	0.113	0.128	0.135	0.096	0.120	0.127	0.138
KPP3	0.133	0.151	0.159	0.112	0.141	0.149	0.163
KPP2	0.114	0.130	0.137	0.097	0.121	0.128	0.140
KPP1	0.127	0.144	0.152	0.108	0.135	0.142	0.156
KP1	0.095	0.107	0.113	0.080	0.100	0.106	0.116
KP2	0.089	0.101	0.106	0.075	0.094	0.100	0.109
KP3	0.102	0.115	0.121	0.086	0.107	0.113	0.124
KP4	0.102	0.115	0.121	0.086	0.107	0.114	0.124
KP5	0.066	0.074	0.078	0.055	0.069	0.073	0.080
KP6	0.087	0.098	0.104	0.074	0.092	0.097	0.106
PP1	0.044	0.063	0.067	0.047	0.059	0.063	0.068
PP2	0.052	0.074	0.078	0.056	0.070	0.074	0.080
PP3	0.054	0.077	0.081	0.057	0.072	0.076	0.083
PP4	0.057	0.081	0.086	0.061	0.076	0.080	0.088
PP5	0.054	0.077	0.081	0.057	0.072	0.076	0.083
PP6	0.048	0.068	0.072	0.051	0.064	0.068	0.074
RP6	0.129	0.070	0.074	0.052	0.066	0.069	0.076
RP5	0.098	0.053	0.056	0.040	0.050	0.053	0.058
RP4	0.132	0.072	0.076	0.054	0.067	0.071	0.078
RP3	0.121	0.066	0.070	0.049	0.062	0.065	0.071
RP2	0.098	0.053	0.056	0.040	0.050	0.053	0.058
RP1	0.116	0.063	0.067	0.047	0.059	0.063	0.069

	KMP2	KMP1	KPP5	KPP4	KPP3	KPP2	KPP1
KMP2	0.366						
KMP1	0.129	0.476					
KPP5	0.116	0.109	0.425				
KPP4	0.106	0.099	0.295	0.540			
KPP3	0.124	0.116	0.346	0.314	0.564		
KPP2	0.107	0.100	0.298	0.271	0.318	0.467	
KPP1	0.119	0.111	0.331	0.300	0.353	0.304	0.491
KP1	0.088	0.082	0.246	0.223	0.262	0.226	0.251
KP2	0.083	0.078	0.232	0.210	0.247	0.213	0.236
KP3	0.095	0.088	0.264	0.239	0.281	0.242	0.269
KP4	0.095	0.089	0.264	0.240	0.282	0.243	0.269
KP5	0.061	0.057	0.170	0.155	0.182	0.157	0.174
KP6	0.081	0.076	0.226	0.205	0.241	0.208	0.231
PP1	0.052	0.049	0.146	0.132	0.155	0.134	0.149
PP2	0.061	0.057	0.171	0.155	0.182	0.157	0.174
PP3	0.063	0.059	0.177	0.160	0.188	0.162	0.180
PP4	0.067	0.063	0.187	0.169	0.199	0.172	0.190
PP5	0.063	0.059	0.177	0.160	0.188	0.162	0.180
PP6	0.056	0.053	0.157	0.142	0.167	0.144	0.160
RP6	0.058	0.054	0.161	0.146	0.172	0.148	0.165
RP5	0.044	0.041	0.123	0.111	0.131	0.113	0.125
RP4	0.059	0.055	0.165	0.150	0.176	0.152	0.168
RP3	0.054	0.051	0.152	0.138	0.162	0.140	0.155
RP2	0.044	0.041	0.122	0.111	0.131	0.113	0.125
RP1	0.052	0.049	0.146	0.132	0.156	0.134	0.149
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	PP1
KP1	0.498						

KP2	0.330	0.557					
KP3	0.376	0.354	0.595				
KP4	0.377	0.355	0.404	0.622			
KP5	0.243	0.229	0.261	0.261	0.413		
KP6	0.323	0.304	0.346	0.347	0.224	0.519	
PP1	0.143	0.135	0.153	0.154	0.099	0.132	0.480
PP2	0.168	0.158	0.180	0.180	0.116	0.154	0.229
PP3	0.173	0.163	0.186	0.186	0.120	0.160	0.237
PP4	0.183	0.173	0.196	0.197	0.127	0.169	0.250
PP5	0.173	0.163	0.186	0.186	0.120	0.159	0.237
PP6	0.154	0.145	0.165	0.165	0.107	0.142	0.210
RP6	0.143	0.134	0.153	0.153	0.099	0.131	0.075
RP5	0.108	0.102	0.116	0.117	0.075	0.100	0.057
RP4	0.146	0.137	0.156	0.157	0.101	0.134	0.077
RP3	0.134	0.127	0.144	0.144	0.093	0.124	0.071
RP2	0.108	0.102	0.116	0.116	0.075	0.100	0.057
RP1	0.129	0.121	0.138	0.139	0.089	0.119	0.068

PP2 PP3 PP4 PP5 PP6 RP6 RP5

PP2	0.538						
PP3	0.278	0.498					
PP4	0.293	0.303	0.554				
PP5	0.277	0.287	0.303	0.651			
PP6	0.247	0.255	0.269	0.255	0.527		
RP6	0.088	0.091	0.097	0.091	0.081	0.493	
RP5	0.067	0.069	0.073	0.069	0.062	0.238	0.392
RP4	0.090	0.093	0.099	0.093	0.083	0.320	0.244
RP3	0.083	0.086	0.091	0.086	0.076	0.295	0.224
RP2	0.067	0.069	0.073	0.069	0.062	0.238	0.181
RP1	0.080	0.083	0.087	0.082	0.073	0.283	0.215

	RP4	RP3	RP2	RP1
RP4	0.586			
RP3	0.302	0.482		
RP2	0.243	0.224	0.335	
RP1	0.290	0.267	0.215	0.497

Implied (for all variables) Correlations

	Kesukaan	Kepercay	Kompeten	Perkiraa	Reputasi	Kepercay	Kesetiaa
Kesukaan	1.000						
Kepercay	0.328	1.000					
Kompetens	0.737	0.352	1.000				
Perkiraan	0.615	0.220	0.546	1.000			
Reputasi	0.317	0.506	0.430	0.304	1.000		
Kepercay	0.685	0.481	0.729	0.579	0.506	1.000	
Kesetiaan	0.377	0.264	0.401	0.319	0.278	0.550	1.000
KSP1	0.790	0.259	0.583	0.486	0.250	0.541	0.298
KSP2	0.519	0.170	0.383	0.319	0.164	0.355	0.196
KSP3	0.897	0.294	0.661	0.552	0.284	0.614	0.338
KSR1	0.212	0.646	0.227	0.142	0.327	0.310	0.171
KSR2	0.180	0.550	0.194	0.121	0.278	0.264	0.145
KSR3	0.204	0.622	0.219	0.137	0.315	0.299	0.165
KSR4	0.183	0.559	0.197	0.123	0.283	0.269	0.148
KSR5	0.209	0.636	0.224	0.140	0.322	0.306	0.168
KMP8	0.270	0.189	0.287	0.228	0.200	0.394	0.717
KMP7	0.267	0.188	0.284	0.226	0.198	0.390	0.710
KMP6	0.193	0.135	0.205	0.163	0.143	0.282	0.512
KMP5	0.241	0.169	0.256	0.203	0.178	0.351	0.639

KMP4	0.233	0.164	0.248	0.197	0.172	0.340	0.619
KMP3	0.261	0.183	0.278	0.221	0.193	0.382	0.693
KMP2	0.231	0.162	0.246	0.196	0.171	0.338	0.614
KMP1	0.190	0.133	0.202	0.160	0.140	0.277	0.503
KPP5	0.599	0.420	0.637	0.506	0.442	0.874	0.481
KPP4	0.482	0.338	0.513	0.407	0.356	0.704	0.387
KPP3	0.554	0.389	0.589	0.468	0.409	0.809	0.445
KPP2	0.525	0.368	0.558	0.444	0.388	0.767	0.422
KPP1	0.568	0.399	0.604	0.480	0.420	0.829	0.456
KP1	0.619	0.296	0.839	0.458	0.361	0.612	0.336
KP2	0.551	0.263	0.747	0.408	0.321	0.544	0.300
KP3	0.607	0.290	0.824	0.450	0.354	0.600	0.330
KP4	0.595	0.284	0.807	0.441	0.347	0.588	0.324
KP5	0.471	0.225	0.639	0.349	0.275	0.465	0.256
KP6	0.558	0.266	0.757	0.413	0.325	0.551	0.303
PP1	0.393	0.140	0.348	0.638	0.194	0.369	0.203
PP2	0.435	0.156	0.386	0.707	0.215	0.409	0.225
PP3	0.467	0.167	0.415	0.759	0.231	0.440	0.242
PP4	0.468	0.167	0.415	0.761	0.232	0.440	0.242
PP5	0.408	0.146	0.362	0.663	0.202	0.384	0.211
PP6	0.403	0.144	0.358	0.655	0.199	0.379	0.209
RP6	0.253	0.404	0.343	0.243	0.797	0.404	0.222
RP5	0.215	0.344	0.293	0.207	0.680	0.344	0.189
RP4	0.237	0.379	0.322	0.228	0.748	0.378	0.208
RP3	0.240	0.384	0.327	0.231	0.759	0.384	0.211
RP2	0.232	0.371	0.316	0.223	0.734	0.371	0.204
RP1	0.227	0.363	0.309	0.218	0.718	0.363	0.200

KSP1 KSP2 KSP3 KSR1 KSR2 KSR3 KSR4

KSP1 1.000

KSP2	0.410	1.000					
KSP3	0.709	0.465	1.000				
KSR1	0.167	0.110	0.190	1.000			
KSR2	0.142	0.094	0.162	0.355	1.000		
KSR3	0.161	0.106	0.183	0.402	0.342	1.000	
KSR4	0.145	0.095	0.164	0.361	0.307	0.348	1.000
KSR5	0.165	0.108	0.187	0.411	0.350	0.396	0.356
KMP8	0.213	0.140	0.242	0.122	0.104	0.118	0.106
KMP7	0.211	0.139	0.240	0.121	0.103	0.117	0.105
KMP6	0.153	0.100	0.173	0.087	0.074	0.084	0.076
KMP5	0.190	0.125	0.216	0.109	0.093	0.105	0.094
KMP4	0.184	0.121	0.209	0.106	0.090	0.102	0.091
KMP3	0.207	0.136	0.234	0.118	0.101	0.114	0.102
KMP2	0.183	0.120	0.208	0.105	0.089	0.101	0.091
KMP1	0.150	0.098	0.170	0.086	0.073	0.083	0.074
KPP5	0.473	0.311	0.537	0.271	0.231	0.261	0.235
KPP4	0.381	0.250	0.432	0.218	0.186	0.210	0.189
KPP3	0.438	0.287	0.497	0.251	0.214	0.242	0.217
KPP2	0.415	0.272	0.471	0.238	0.202	0.229	0.206
KPP1	0.449	0.295	0.510	0.257	0.219	0.248	0.223
KP1	0.489	0.321	0.555	0.191	0.162	0.184	0.165
KP2	0.435	0.286	0.494	0.170	0.145	0.164	0.147
KP3	0.480	0.315	0.545	0.187	0.159	0.180	0.162
KP4	0.470	0.309	0.534	0.184	0.156	0.177	0.159
KP5	0.372	0.244	0.422	0.145	0.124	0.140	0.126
KP6	0.441	0.289	0.500	0.172	0.146	0.166	0.149
PP1	0.310	0.204	0.352	0.091	0.077	0.087	0.078
PP2	0.344	0.226	0.390	0.100	0.085	0.097	0.087
PP3	0.369	0.242	0.419	0.108	0.092	0.104	0.093
PP4	0.370	0.243	0.420	0.108	0.092	0.104	0.094
PP5	0.323	0.212	0.366	0.094	0.080	0.091	0.082
PP6	0.319	0.209	0.362	0.093	0.079	0.090	0.081

RP6	0.200	0.131	0.226	0.261	0.222	0.251	0.226
RP5	0.170	0.112	0.193	0.222	0.189	0.214	0.192
RP4	0.187	0.123	0.212	0.244	0.208	0.236	0.212
RP3	0.190	0.125	0.216	0.248	0.211	0.239	0.215
RP2	0.184	0.121	0.208	0.240	0.204	0.231	0.208
RP1	0.180	0.118	0.204	0.235	0.200	0.226	0.203

	KSR5	KMP8	KMP7	KMP6	KMP5	KMP4	KMP3
KSR5	1.000						
KMP8	0.121	1.000					
KMP7	0.119	0.509	1.000				
KMP6	0.086	0.367	0.363	1.000			
KMP5	0.107	0.458	0.453	0.327	1.000		
KMP4	0.104	0.443	0.439	0.317	0.395	1.000	
KMP3	0.117	0.497	0.492	0.355	0.443	0.429	1.000
KMP2	0.103	0.440	0.436	0.314	0.392	0.380	0.426
KMP1	0.085	0.361	0.357	0.258	0.321	0.311	0.349
KPP5	0.267	0.345	0.341	0.246	0.307	0.297	0.333
KPP4	0.215	0.277	0.275	0.198	0.247	0.239	0.268
KPP3	0.247	0.319	0.316	0.228	0.284	0.275	0.309
KPP2	0.234	0.302	0.299	0.216	0.269	0.261	0.292
KPP1	0.254	0.327	0.324	0.234	0.292	0.282	0.316
KP1	0.188	0.241	0.239	0.172	0.215	0.208	0.233
KP2	0.167	0.215	0.213	0.153	0.191	0.185	0.208
KP3	0.184	0.237	0.234	0.169	0.211	0.204	0.229
KP4	0.181	0.232	0.230	0.166	0.207	0.200	0.224
KP5	0.143	0.184	0.182	0.131	0.164	0.158	0.178
KP6	0.169	0.217	0.215	0.155	0.194	0.188	0.210
PP1	0.089	0.146	0.144	0.104	0.130	0.126	0.141
PP2	0.099	0.161	0.160	0.115	0.144	0.139	0.156

PP3	0.106	0.173	0.172	0.124	0.155	0.150	0.168
PP4	0.107	0.174	0.172	0.124	0.155	0.150	0.168
PP5	0.093	0.151	0.150	0.108	0.135	0.131	0.147
PP6	0.092	0.150	0.148	0.107	0.133	0.129	0.145
RP6	0.257	0.159	0.158	0.114	0.142	0.137	0.154
RP5	0.219	0.136	0.134	0.097	0.121	0.117	0.131
RP4	0.241	0.149	0.148	0.107	0.133	0.129	0.144
RP3	0.244	0.151	0.150	0.108	0.135	0.131	0.147
RP2	0.236	0.146	0.145	0.105	0.130	0.126	0.142
RP1	0.231	0.143	0.142	0.102	0.128	0.124	0.139

	KMP2	KMP1	KPP5	KPP4	KPP3	KPP2	KPP1

KMP2	1.000						
KMP1	0.309	1.000					
KPP5	0.295	0.242	1.000				
KPP4	0.238	0.195	0.615	1.000			
KPP3	0.273	0.224	0.707	0.569	1.000		
KPP2	0.259	0.212	0.670	0.539	0.620	1.000	
KPP1	0.280	0.230	0.725	0.584	0.671	0.636	1.000
KP1	0.207	0.169	0.535	0.430	0.495	0.469	0.507
KP2	0.184	0.151	0.476	0.383	0.440	0.417	0.452
KP3	0.203	0.166	0.524	0.422	0.485	0.460	0.498
KP4	0.199	0.163	0.514	0.414	0.476	0.451	0.488
KP5	0.157	0.129	0.407	0.327	0.376	0.357	0.386
KP6	0.186	0.153	0.482	0.388	0.446	0.423	0.457
PP1	0.125	0.102	0.323	0.260	0.299	0.283	0.306
PP2	0.138	0.113	0.358	0.288	0.331	0.314	0.339
PP3	0.149	0.122	0.384	0.309	0.356	0.337	0.365
PP4	0.149	0.122	0.385	0.310	0.356	0.338	0.365
PP5	0.130	0.106	0.336	0.270	0.311	0.294	0.319

PP6	0.128	0.105	0.332	0.267	0.307	0.291	0.315
RP6	0.136	0.112	0.353	0.284	0.326	0.309	0.335
RP5	0.116	0.095	0.301	0.242	0.278	0.264	0.286
RP4	0.128	0.105	0.331	0.266	0.306	0.290	0.314
RP3	0.130	0.106	0.336	0.270	0.311	0.294	0.319
RP2	0.125	0.103	0.325	0.261	0.300	0.285	0.308
RP1	0.123	0.101	0.317	0.256	0.294	0.278	0.301

	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	PP1
KP1	1.000						
KP2	0.627	1.000					
KP3	0.691	0.615	1.000				
KP4	0.678	0.603	0.665	1.000			
KP5	0.536	0.477	0.526	0.516	1.000		
KP6	0.635	0.565	0.623	0.611	0.483	1.000	
PP1	0.293	0.260	0.287	0.281	0.223	0.264	1.000
PP2	0.324	0.288	0.318	0.311	0.246	0.292	0.451
PP3	0.348	0.310	0.342	0.335	0.265	0.314	0.485
PP4	0.349	0.310	0.342	0.335	0.265	0.314	0.485
PP5	0.304	0.271	0.298	0.292	0.231	0.274	0.423
PP6	0.300	0.267	0.295	0.289	0.229	0.271	0.418
RP6	0.288	0.256	0.282	0.277	0.219	0.260	0.155
RP5	0.246	0.219	0.241	0.236	0.187	0.221	0.132
RP4	0.270	0.240	0.265	0.260	0.205	0.243	0.145
RP3	0.274	0.244	0.269	0.264	0.209	0.247	0.147
RP2	0.265	0.236	0.260	0.255	0.202	0.239	0.143
RP1	0.259	0.231	0.254	0.249	0.197	0.234	0.139

PP2 PP3 PP4 PP5 PP6 RP6 RP5

PP2	1.000						
PP3	0.537	1.000					
PP4	0.538	0.578	1.000				
PP5	0.469	0.504	0.505	1.000			
PP6	0.463	0.498	0.499	0.435	1.000		
RP6	0.171	0.184	0.185	0.161	0.159	1.000	
RP5	0.146	0.157	0.158	0.137	0.136	0.543	1.000
RP4	0.161	0.173	0.173	0.151	0.149	0.596	0.509
RP3	0.163	0.175	0.176	0.153	0.151	0.605	0.517
RP2	0.158	0.170	0.170	0.148	0.146	0.585	0.499
RP1	0.154	0.166	0.166	0.145	0.143	0.572	0.488

	RP4	RP3	RP2	RP1
RP4	1.000			
RP3	0.568	1.000		
RP2	0.549	0.557	1.000	
RP1	0.537	0.545	0.527	1.000

Total Effects

	Kesukaan	Kepercay	Kompeten	Perkiraa	Reputasi	Kepercay	Kesetiaa
Kepercayaan	0.180	0.223	0.373	0.208	0.168	0.000	0.000
Kesetiaan	0.059	0.073	0.123	0.068	0.055	0.329	0.000
KSP1	0.839	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSP2	0.540	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSP3	1.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR1	0.000	0.919	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR2	0.000	0.885	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR3	0.000	0.975	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

KSR4	0.000	0.847	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR5	0.000	1.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KMP8	0.077	0.095	0.159	0.089	0.072	0.427	1.297
KMP7	0.081	0.100	0.168	0.093	0.075	0.450	1.367
KMP6	0.057	0.071	0.119	0.066	0.054	0.319	0.969
KMP5	0.072	0.089	0.149	0.083	0.067	0.399	1.213
KMP4	0.076	0.094	0.157	0.088	0.071	0.422	1.283
KMP3	0.083	0.103	0.172	0.096	0.077	0.461	1.401
KMP2	0.063	0.078	0.131	0.073	0.059	0.352	1.069
KMP1	0.059	0.073	0.123	0.068	0.055	0.329	1.000
KPP5	0.176	0.218	0.366	0.204	0.165	0.981	0.000
KPP4	0.160	0.198	0.332	0.185	0.149	0.890	0.000
KPP3	0.188	0.233	0.390	0.217	0.176	1.045	0.000
KPP2	0.162	0.201	0.336	0.187	0.151	0.901	0.000
KPP1	0.180	0.223	0.373	0.208	0.168	1.000	0.000
KP1	0.000	0.000	1.086	0.000	0.000	0.000	0.000
KP2	0.000	0.000	1.023	0.000	0.000	0.000	0.000
KP3	0.000	0.000	1.165	0.000	0.000	0.000	0.000
KP4	0.000	0.000	1.167	0.000	0.000	0.000	0.000
KP5	0.000	0.000	0.753	0.000	0.000	0.000	0.000
KP6	0.000	0.000	1.000	0.000	0.000	0.000	0.000
PP1	0.000	0.000	0.000	0.929	0.000	0.000	0.000
PP2	0.000	0.000	0.000	1.089	0.000	0.000	0.000
PP3	0.000	0.000	0.000	1.126	0.000	0.000	0.000
PP4	0.000	0.000	0.000	1.190	0.000	0.000	0.000
PP5	0.000	0.000	0.000	1.125	0.000	0.000	0.000
PP6	0.000	0.000	0.000	1.000	0.000	0.000	0.000
RP6	0.000	0.000	0.000	0.000	1.107	0.000	0.000
RP5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.841	0.000	0.000
RP4	0.000	0.000	0.000	0.000	1.131	0.000	0.000
RP3	0.000	0.000	0.000	0.000	1.042	0.000	0.000
RP2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.839	0.000	0.000

RP1 0.000 0.000 0.000 0.000 1.000 0.000 0.000

Standardized Total Effects

Kesukaan Kepercayaan Kompeten Perkiraan Reputasi Kepercayaan Kesetiaan

	Kesukaan	Kepercayaan	Kompeten	Perkiraan	Reputasi	Kepercayaan	Kesetiaan
Kepercayaan	0.219	0.174	0.350	0.170	0.146	0.000	0.000
Kesetiaan	0.120	0.096	0.193	0.094	0.080	0.550	0.000
KSP1	0.790	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSP2	0.519	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSP3	0.897	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR1	0.000	0.646	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR2	0.000	0.550	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR3	0.000	0.622	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR4	0.000	0.559	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR5	0.000	0.636	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KMP8	0.086	0.069	0.138	0.067	0.058	0.394	0.717
KMP7	0.085	0.068	0.137	0.067	0.057	0.390	0.710
KMP6	0.062	0.049	0.099	0.048	0.041	0.282	0.512
KMP5	0.077	0.061	0.123	0.060	0.051	0.351	0.639
KMP4	0.074	0.059	0.119	0.058	0.050	0.340	0.619
KMP3	0.083	0.066	0.134	0.065	0.056	0.382	0.693
KMP2	0.074	0.059	0.118	0.058	0.049	0.338	0.614
KMP1	0.061	0.048	0.097	0.047	0.040	0.277	0.503
KPP5	0.191	0.152	0.306	0.149	0.128	0.874	0.000
KPP4	0.154	0.122	0.246	0.120	0.103	0.704	0.000
KPP3	0.177	0.141	0.283	0.138	0.118	0.809	0.000
KPP2	0.168	0.133	0.268	0.131	0.112	0.767	0.000
KPP1	0.181	0.144	0.290	0.141	0.121	0.829	0.000
KP1	0.000	0.000	0.839	0.000	0.000	0.000	0.000
KP2	0.000	0.000	0.747	0.000	0.000	0.000	0.000

KP3	0.000	0.000	0.824	0.000	0.000	0.000	0.000
KP4	0.000	0.000	0.807	0.000	0.000	0.000	0.000
KP5	0.000	0.000	0.639	0.000	0.000	0.000	0.000
KP6	0.000	0.000	0.757	0.000	0.000	0.000	0.000
PP1	0.000	0.000	0.000	0.638	0.000	0.000	0.000
PP2	0.000	0.000	0.000	0.707	0.000	0.000	0.000
PP3	0.000	0.000	0.000	0.759	0.000	0.000	0.000
PP4	0.000	0.000	0.000	0.761	0.000	0.000	0.000
PP5	0.000	0.000	0.000	0.663	0.000	0.000	0.000
PP6	0.000	0.000	0.000	0.655	0.000	0.000	0.000
RP6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.797	0.000	0.000
RP5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.680	0.000	0.000
RP4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.748	0.000	0.000
RP3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.759	0.000	0.000
RP2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.734	0.000	0.000
RP1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.718	0.000	0.000

Direct Effects

Kesukaan Kepercayaan Kompeten Perkiraan Reputasi Kepercayaan Kesetiaan

Kepercayaan	0.180	0.223	0.373	0.208	0.168	0.000	0.000
Kesetiaan	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.329	0.000
KSP1	0.839	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSP2	0.540	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSP3	1.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR1	0.000	0.919	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR2	0.000	0.885	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR3	0.000	0.975	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR4	0.000	0.847	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR5	0.000	1.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

KMP8	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.297
KMP7	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.367
KMP6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.969
KMP5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.213
KMP4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.283
KMP3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.401
KMP2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.069
KMP1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.000
KPP5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.981	0.000
KPP4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.890	0.000
KPP3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.045	0.000
KPP2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.901	0.000
KPP1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.000	0.000
KP1	0.000	0.000	1.086	0.000	0.000	0.000	0.000
KP2	0.000	0.000	1.023	0.000	0.000	0.000	0.000
KP3	0.000	0.000	1.165	0.000	0.000	0.000	0.000
KP4	0.000	0.000	1.167	0.000	0.000	0.000	0.000
KP5	0.000	0.000	0.753	0.000	0.000	0.000	0.000
KP6	0.000	0.000	1.000	0.000	0.000	0.000	0.000
PP1	0.000	0.000	0.000	0.929	0.000	0.000	0.000
PP2	0.000	0.000	0.000	1.089	0.000	0.000	0.000
PP3	0.000	0.000	0.000	1.126	0.000	0.000	0.000
PP4	0.000	0.000	0.000	1.190	0.000	0.000	0.000
PP5	0.000	0.000	0.000	1.125	0.000	0.000	0.000
PP6	0.000	0.000	0.000	1.000	0.000	0.000	0.000
RP6	0.000	0.000	0.000	0.000	1.107	0.000	0.000
RP5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.841	0.000	0.000
RP4	0.000	0.000	0.000	0.000	1.131	0.000	0.000
RP3	0.000	0.000	0.000	0.000	1.042	0.000	0.000
RP2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.839	0.000	0.000
RP1	0.000	0.000	0.000	0.000	1.000	0.000	0.000

Standardized Direct Effects

	Kesukaan	Kepercay	Kompeten	Perkiraa	Reputasi	Kepercay	Kesetiaa
Kepercayaan	0.219	0.174	0.350	0.170	0.146	0.000	0.000
Kesetiaan	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.550	0.000
KSP1	0.790	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSP2	0.519	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSP3	0.897	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR1	0.000	0.646	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR2	0.000	0.550	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR3	0.000	0.622	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR4	0.000	0.559	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR5	0.000	0.636	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KMP8	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.717
KMP7	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.710
KMP6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.512
KMP5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.639
KMP4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.619
KMP3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.693
KMP2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.614
KMP1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.503
KPP5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.874	0.000
KPP4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.704	0.000
KPP3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.809	0.000
KPP2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.767	0.000
KPP1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.829	0.000
KP1	0.000	0.000	0.839	0.000	0.000	0.000	0.000
KP2	0.000	0.000	0.747	0.000	0.000	0.000	0.000
KP3	0.000	0.000	0.824	0.000	0.000	0.000	0.000
KP4	0.000	0.000	0.807	0.000	0.000	0.000	0.000

KP5	0.000	0.000	0.639	0.000	0.000	0.000	0.000
KP6	0.000	0.000	0.757	0.000	0.000	0.000	0.000
PP1	0.000	0.000	0.000	0.638	0.000	0.000	0.000
PP2	0.000	0.000	0.000	0.707	0.000	0.000	0.000
PP3	0.000	0.000	0.000	0.759	0.000	0.000	0.000
PP4	0.000	0.000	0.000	0.761	0.000	0.000	0.000
PP5	0.000	0.000	0.000	0.663	0.000	0.000	0.000
PP6	0.000	0.000	0.000	0.655	0.000	0.000	0.000
RP6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.797	0.000	0.000
RP5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.680	0.000	0.000
RP4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.748	0.000	0.000
RP3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.759	0.000	0.000
RP2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.734	0.000	0.000
RP1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.718	0.000	0.000

Indirect Effects

Kesukaan Kepercayaan Kompeten Perkiraan Reputasi Kepercayaan Kesetiaan

Kepercayaan	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Kesetiaan	0.059	0.073	0.123	0.068	0.055	0.000	0.000
KSP1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSP2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSP3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KSR5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KMP8	0.077	0.095	0.159	0.089	0.072	0.427	0.000
KMP7	0.081	0.100	0.168	0.093	0.075	0.450	0.000

KMP6	0.057	0.071	0.119	0.066	0.054	0.319	0.000
KMP5	0.072	0.089	0.149	0.083	0.067	0.399	0.000
KMP4	0.076	0.094	0.157	0.088	0.071	0.422	0.000
KMP3	0.083	0.103	0.172	0.096	0.077	0.461	0.000
KMP2	0.063	0.078	0.131	0.073	0.059	0.352	0.000
KMP1	0.059	0.073	0.123	0.068	0.055	0.329	0.000
KPP5	0.176	0.218	0.366	0.204	0.165	0.000	0.000
KPP4	0.160	0.198	0.332	0.185	0.149	0.000	0.000
KPP3	0.188	0.233	0.390	0.217	0.176	0.000	0.000
KPP2	0.162	0.201	0.336	0.187	0.151	0.000	0.000
KPP1	0.180	0.223	0.373	0.208	0.168	0.000	0.000
KP1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KP2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KP3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KP4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KP5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
KP6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
PP1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
PP2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
PP3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
PP4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
PP5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
PP6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
RP6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
RP5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
RP4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
RP3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
RP2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
RP1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Standardized Indirect Effects

PP1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
PP2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
PP3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
PP4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
PP5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
PP6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
RP6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
RP5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
RP4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
RP3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
RP2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
RP1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Modification Indices

Covariances:

	M.I.	Par Change

z2 <----> Kepercayaan pada stasiun radio	11.829	0.038
z2 <-----> z1	11.720	-0.032
e19 <-----> Kesukaan pada program	6.549	0.053
e19 <-----> Kompetensi	7.387	-0.043
e19 <-----> z1	5.216	0.035
e20 <-----> z2	14.332	0.057
e22 <-----> z2	6.121	0.035
e23 <-----> e25	4.744	-0.060
e38 <-----> e20	5.279	0.053
e37 <----> Kepercayaan pada stasiun radio	5.914	0.047
e37 <-----> e20	4.755	0.058
e37 <-----> e38	4.139	0.042
e36 <-----> Reputasi program	6.393	-0.045
e36 <-----> z1	7.404	-0.041
e35 <-----> e37	7.269	-0.065

e34 <-----> e19	8.763	-0.062
e34 <-----> e23	6.019	0.057
e34 <-----> e38	5.021	-0.043
e34 <-----> e35	7.830	0.063
e33 <-----> e25	5.160	0.052
e30 <---> Kepercayaan pada stasiun radio	4.788	-0.040
e30 <-----> Kompetensi	7.699	0.044
e30 <-----> e34	4.381	-0.044
e27 <-----> e24	5.307	0.036
e27 <-----> e26	4.637	-0.032
e27 <-----> e38	4.281	0.032
e27 <-----> e28	5.919	0.034
e13 <---> Kepercayaan pada stasiun radio	10.598	0.046
e13 <-----> z2	4.585	0.021
e14 <-----> Kesukaan pada program	4.307	0.042
e14 <---> Kepercayaan pada stasiun radio	4.241	-0.036
e14 <-----> z1	8.461	0.043
e15 <-----> Perkiraan	7.749	-0.040
e15 <-----> e30	4.565	0.040
e16 <-----> Perkiraan	4.274	0.031
e16 <-----> z2	4.894	0.026
e16 <-----> e20	12.063	0.080
e16 <-----> e29	5.389	-0.040
e17 <-----> e24	4.019	0.037
e17 <-----> e26	6.535	-0.044
e17 <-----> e22	5.840	0.053
e17 <-----> e13	9.375	0.047
e17 <-----> e15	6.196	-0.043
e18 <---> Kepercayaan pada stasiun radio	5.288	-0.038
e18 <-----> z1	4.373	-0.030
e18 <-----> e19	4.878	-0.042
e18 <-----> e37	11.020	-0.068

e18 <-----> e15	4.852	0.037
e18 <-----> e16	6.037	0.044
e7 <-----> Reputasi program	8.234	-0.053
e7 <-----> z1	12.564	0.056
e7 <-----> e13	5.632	0.040
e7 <-----> e18	6.605	-0.051
e8 <-----> e32	5.690	-0.058
e8 <-----> e7	7.877	0.061
e9 <----> Kepercayaan pada stasiun radio	8.429	-0.049
e9 <-----> Reputasi program	11.927	0.058
e9 <-----> z1	4.196	-0.029
e9 <-----> e36	4.527	-0.041
e10 <-----> z1	7.918	-0.042
e10 <-----> z2	16.258	0.050
e10 <-----> e20	7.204	0.065
e10 <-----> e29	4.530	-0.038
e10 <-----> e16	5.122	0.043
e10 <-----> e7	10.765	-0.069
e10 <-----> e8	4.151	-0.042
e10 <-----> e9	13.919	0.070
e11 <-----> Reputasi program	6.001	-0.052
e11 <-----> z2	6.767	-0.039
e11 <-----> e37	5.739	-0.063
e11 <-----> e18	7.808	0.063
e11 <-----> e9	6.949	0.060
e12 <----> Kepercayaan pada stasiun radio	5.431	0.045
e12 <-----> z1	10.518	0.053
e12 <-----> e19	9.155	0.067
e12 <-----> e36	6.245	0.055
e12 <-----> e7	22.557	0.108
e12 <-----> e9	5.443	-0.048
e12 <-----> e11	13.652	-0.096

e6 <-----> e28	5.568	0.037
e6 <-----> e9	9.394	0.052
e4 <-----> Kompetensi	8.787	-0.047
e4 <-----> e9	8.304	0.057
e4 <-----> e6	32.685	0.103
e4 <-----> e5	4.191	-0.038
e3 <-----> e6	4.087	0.033
e2 <-----> Kompetensi	12.627	0.043
e2 <-----> Reputasi program	4.945	-0.031
e2 <-----> z2	4.916	0.022
e2 <-----> e15	5.626	0.034
e2 <-----> e9	4.727	-0.033
e2 <-----> e10	7.112	0.043
e2 <-----> e6	8.717	-0.041
e2 <-----> e4	4.917	-0.036
e1 <-----> z2	8.183	0.035
e1 <-----> e6	7.144	-0.046
e1 <-----> e4	7.648	-0.056
e1 <-----> e2	18.706	0.067

Variances: M.I. Par Change

Regression Weights: M.I. Par Change

Kesetiaan mengikut <- Kepercayaan pada s	12.785	0.210
KSP2 <----- KSR5	4.534	-0.136
KSR1 <----- Kepercayaan pada program	4.448	0.145
KSR1 <----- KSP1	4.922	0.113
KSR1 <----- KPP5	4.901	0.130

KSR1 <----- PP1	5.939	0.135
KSR1 <----- PP6	11.181	0.176
KSR1 <----- RP4	4.342	0.104
KSR2 <----- Kesetiaan mengikuti program	10.327	0.456
KSR2 <----- KMP8	4.059	0.146
KSR2 <----- KMP7	13.017	0.246
KSR2 <----- KMP6	11.211	0.232
KSR2 <----- KMP5	5.414	0.161
KSR2 <----- KMP3	10.527	0.211
KSR2 <----- KP4	6.413	0.147
KSR2 <----- PP4	6.066	0.151
KSR4 <----- KPP4	4.228	-0.120
KSR4 <----- PP5	5.206	-0.121
KSR5 <----- KSP2	5.740	-0.138
KSR5 <----- RP4	5.529	-0.131
KMP7 <----- KSR2	6.287	0.124
KMP6 <----- Perkiraan	4.522	-0.197
KMP6 <----- KSR2	7.255	0.151
KMP6 <----- KSR4	4.296	0.124
KMP6 <----- KMP4	4.111	-0.116
KMP6 <----- KP6	9.783	-0.178
KMP6 <----- PP2	4.846	-0.123
KMP6 <----- PP3	4.240	-0.120
KMP6 <----- PP5	9.078	-0.153
KMP5 <----- KPP5	5.192	-0.132
KMP5 <----- KPP1	5.531	-0.127
KMP5 <----- PP3	4.796	-0.118
KMP5 <----- RP3	5.065	-0.123
KMP4 <----- KMP6	5.116	-0.145
KMP4 <----- PP2	4.883	0.127
KMP3 <----- KSR2	4.607	0.113
KMP3 <----- KSR5	6.799	0.141

KMP3 <----- KMP4	4.470	0.113
KMP2 <----- KSP2	6.829	0.126
KMP2 <----- RP1	5.351	0.116
KPP4 <----- Kompetensi	4.628	0.159
KPP4 <----- KMP3	4.819	-0.121
KPP4 <----- KP1	4.988	0.122
KPP4 <----- KP3	7.840	0.140
KPP4 <----- KP6	6.070	0.132
KPP3 <----- KP4	4.305	-0.089
KP1 <---- Kepercayaan pada stasiun radio	10.929	0.251
KP1 <----- Kesetiaan mengikuti program	6.248	0.236
KP1 <----- KSR1	6.235	0.117
KP1 <----- KSR2	4.078	0.084
KP1 <----- KSR3	6.302	0.107
KP1 <----- KSR5	7.422	0.116
KP1 <----- KMP3	4.628	0.093
KP1 <----- KMP2	4.772	0.110
KP1 <----- KMP1	5.830	0.106
KP1 <----- KP5	5.313	0.109
KP1 <----- PP1	6.116	0.108
KP1 <----- RP2	5.774	0.126
KP2 <----- KPP2	4.261	0.112
KP3 <----- Perkiraan	5.539	-0.181
KP3 <----- KSR2	4.319	-0.097
KP3 <----- PP2	6.256	-0.116
KP3 <----- PP3	7.261	-0.130
KP3 <----- PP5	4.045	-0.085
KP4 <----- KSR2	8.359	0.142
KP4 <----- PP4	5.476	0.113
KP5 <----- KSR4	8.014	0.148
KP6 <---- Kepercayaan pada stasiun radio	7.035	-0.236
KP6 <----- KSR1	9.272	-0.167

KP6 <----- KMP6	10.797	-0.177
KP6 <----- RP4	5.069	-0.104
PP1 <----- Reputasi program	5.302	-0.191
PP1 <----- KP6	4.770	-0.120
PP1 <----- PP6	11.729	0.187
PP1 <----- RP6	7.592	-0.155
PP1 <----- RP5	5.150	-0.144
PP2 <----- KMP1	6.365	-0.144
PP2 <----- PP1	4.313	0.118
PP3 <----- KSR5	4.179	-0.103
PP3 <----- KMP5	4.864	-0.120
PP3 <----- KP3	4.478	-0.098
PP3 <----- PP4	5.037	0.108
PP3 <----- RP6	8.119	0.146
PP3 <----- RP4	8.344	0.135
PP4 <----- Reputasi program	4.258	0.164
PP4 <----- Kesetiaan mengikuti program	9.077	0.354
PP4 <----- KSR2	8.534	0.151
PP4 <----- KSR5	4.272	0.110
PP4 <----- KMP8	9.644	0.187
PP4 <----- KMP7	7.222	0.152
PP4 <----- KMP6	5.622	0.136
PP4 <----- KMP5	6.709	0.149
PP4 <----- KMP3	4.809	0.118
PP4 <----- KP4	5.680	0.114
PP4 <----- PP1	5.934	-0.133
PP4 <----- PP3	5.070	0.121
PP4 <----- RP2	9.713	0.204
PP5 <----- Reputasi program	6.406	-0.240
PP5 <----- Kesetiaan mengikuti program	5.877	-0.341
PP5 <----- KSR1	5.139	-0.158
PP5 <----- KSR4	4.377	-0.137

PP5 <----- KMP7	5.483	-0.158
PP5 <----- KMP6	9.947	-0.217
PP5 <----- PP6	7.111	-0.166
PP5 <----- RP6	7.907	-0.181
PP5 <----- RP4	9.020	-0.177
PP5 <----- RP2	7.531	-0.214
PP6 <----- Kepercayaan pada program	4.236	0.151
PP6 <----- Kesetiaan mengikuti program	5.694	0.304
PP6 <----- KSR1	10.271	0.203
PP6 <----- KMP5	10.476	0.201
PP6 <----- KPP3	7.193	0.146
PP6 <----- KPP1	4.040	0.118
PP6 <----- PP1	12.302	0.207
PP6 <----- PP5	6.942	-0.134
RP6 <----- Kesukaan pada program	6.518	-0.129
RP6 <----- Kompetensi	5.920	-0.156
RP6 <----- Perkiraan	6.338	-0.190
RP6 <----- Kesetiaan mengikuti program	4.684	-0.225
RP6 <----- KSP3	5.461	-0.099
RP6 <----- KPP5	4.188	-0.105
RP6 <----- KP1	7.327	-0.128
RP6 <----- KP4	5.586	-0.100
RP6 <----- KP6	4.783	-0.102
RP6 <----- PP1	8.343	-0.140
RP6 <----- PP4	4.310	-0.093
RP6 <----- PP5	7.552	-0.114
RP6 <----- PP6	5.748	-0.111
RP6 <----- RP4	12.858	0.157
RP4 <----- Kesukaan pada program	12.403	-0.206
RP4 <----- Kompetensi	16.102	-0.299
RP4 <----- Perkiraan	5.397	-0.204
RP4 <----- Kepercayaan pada program	5.139	-0.158

RP4 <----- Kesetiaan mengikuti program	4.451	-0.255
RP4 <----- KSP1	8.445	-0.150
RP4 <----- KSP3	10.569	-0.160
RP4 <----- KMP8	4.859	-0.136
RP4 <----- KMP4	4.126	-0.110
RP4 <----- KP1	10.476	-0.178
RP4 <----- KP2	9.965	-0.164
RP4 <----- KP3	13.446	-0.185
RP4 <----- KP4	10.355	-0.159
RP4 <----- KP5	9.984	-0.191
RP4 <----- KP6	14.288	-0.204
RP4 <----- PP4	5.002	-0.117
RP4 <----- PP5	8.077	-0.137
RP4 <----- RP6	9.958	0.175
RP2 <----- Kesukaan pada program	7.093	0.120
RP2 <----- Kepercayaan pada stasiun radio	4.042	0.151
RP2 <----- Kompetensi	13.819	0.213
RP2 <----- Kesetiaan mengikuti program	7.357	0.252
RP2 <----- KSP1	6.883	0.104
RP2 <----- KSP3	4.131	0.077
RP2 <----- KSR3	5.285	0.097
RP2 <----- KMP5	5.759	0.109
RP2 <----- KMP4	6.529	0.106
RP2 <----- KMP3	4.327	0.089
RP2 <----- KP1	15.089	0.165
RP2 <----- KP2	4.994	0.089
RP2 <----- KP3	17.280	0.161
RP2 <----- KP4	7.018	0.100
RP2 <----- KP5	9.876	0.146
RP2 <----- KP6	7.344	0.112
RP2 <----- PP4	4.696	0.087
RP2 <----- RP1	8.153	0.121

RP1 <----- Kesukaan pada program	4.418	0.117
RP1 <----- Kompetensi	6.409	0.180
RP1 <----- Perkiraan	4.577	0.179
RP1 <----- Kepercayaan pada program	4.487	0.141
RP1 <----- Kesytaian mengikuti program	12.109	0.401
RP1 <----- KMP8	8.014	0.167
RP1 <----- KMP7	6.310	0.139
RP1 <----- KMP4	8.306	0.148
RP1 <----- KMP3	5.650	0.126
RP1 <----- KMP2	10.361	0.197
RP1 <----- KMP1	7.900	0.151
RP1 <----- KPP3	5.314	0.114
RP1 <----- KP1	6.047	0.129
RP1 <----- KP2	4.403	0.104
RP1 <----- KP3	4.882	0.106
RP1 <----- KP4	4.036	0.094
RP1 <----- PP5	5.628	0.109
RP1 <----- RP2	7.659	0.177

Summary of models

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	94	1036.143	686	0.000	1.510
Saturated model	780	0.000	0		
Independence model	39	4513.024	741	0.000	6.090

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
-------	-----	-----	------	------

Model	DELTA1	RHO1	DELTA2	RHO2
Default model	0.038	0.785	0.756	0.691
Saturated model	0.000	1.000		
Independence model	0.151	0.218	0.176	0.207

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
Default model	0.770	0.752	0.909	0.900	0.907
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	0.926	0.713	0.840
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	1.000	0.000	0.000

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	350.143	267.484	440.760
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	3772.024	3563.893	3987.516

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	5.207	1.760	1.344	2.215
Saturated model	0.000	0.000	0.000	0.000
Independence model	22.679	18.955	17.909	20.038

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	0.051	0.044	0.057	0.427
Independence model	0.160	0.155	0.164	0.000

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	1224.143	1271.438	1878.559	1628.185
Saturated model	1560.000	1952.453	6990.266	4912.688
Independence model	4591.024	4610.646	4862.537	4758.658

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	6.151	5.736	6.607	6.389
Saturated model	7.839	7.839	7.839	9.811
Independence model	23.070	22.025	24.153	23.169

HOELTER

HOELTER

Model	.05	.01
-----	-----	-----
Default model	144	149
Independence model	36	37

Execution time summary:

Minimization: 0.231

Miscellaneous: 1.992

Bootstrap: 0.000

Total: 2.223

