

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut adalah karakteristik profil responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	18	39.1	39.1	39.1
	Perempuan	28	60.9	60.9	100.0
	Total	46	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan keterangan 4.1 memperlihatkan bahwa Konsumen Depot Galon Syahidah Rawa Jaya Palembang yang diambil sebagai responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 18 orang dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 28 orang.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut adalah karakteristik profil responden dalam penelitian ini berdasarkan usia:

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Usia

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	< 20 Tahun	12	26.1	26.1	26.1
	20-29 Tahun	23	50.0	50.0	76.1
	30-39 Tahun	8	17.4	17.4	93.5
	> 40 Tahun	3	6.5	6.5	100.0
	Total	46	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 memperlihatkan bahwa Konsumen Depot Galon Syahidah Rawa Jaya Palembang yang diambil sebagai responden sebagian besar berusia 20-29 tahun. Berdasarkan tabel tersebut memberikan informasi bahwa responden berusia < 20 tahun sebanyak 12 orang, responden berusia 20-29 tahun sebanyak 23 orang, responden berusia 30-39 tahun sebanyak 8 orang, responden berusia > 40 tahun sebanyak 3 orang.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut adalah karakteristik profil responden dalam penelitian ini berdasarkan pendidikan terakhir:

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir
Pendidikan_Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	4	8.7	8.7	8.7
SMA	12	26.1	26.1	34.8
Diploma	8	17.4	17.4	52.2
S1	20	43.5	43.5	95.7

S2	2	4.3	4.3	100.0
Total	46	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan keterangan tabel 4.3 memperlihatkan bahwa sebagian besar pendidikan Konsumen Depot Galon Syahidah Rawa Jaya Palembang yang diambil sebagai responden adalah S1. Berdasarkan tabel tersebut memberikan informasi bahwa responden yang pendidikan terakhirnya SMP sebanyak 4 orang, SMA sebanyak 12 orang, Diploma sebanyak 8 orang, S1 sebanyak 20 orang dan S2 sebanyak 2 orang.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = n-k dalam hal ini adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 46-2 atau df = 44 dengan alpha 0,05 didapat r_{tabel} 0,2907, jika r_{hitung} (untuk tiap-tiap butir pertanyaan yang dapat dilihat pada kolom *corrected item* pertanyaan *total correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari hasil uji validitas berikut ini:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Hasil
Kepercayaan	Kepercayaan 1	0,548	0,2907	Valid
	Kepercayaan 2	0,601	0,2907	Valid
	Kepercayaan 3	0,729	0,2907	Valid
	Kepercayaan 4	0,591	0,2907	Valid
	Kepercayaan 5	0,569	0,2907	Valid
	Kepercayaan 6	0,648	0,2907	Valid
	Kepercayaan 7	0,656	0,2907	Valid
	Kepercayaan 8	0,475	0,2907	Valid
	Kepercayaan 9	0,424	0,2907	Valid

	Kepercayaan 10	0,406	0,2907	Valid
	Kepercayaan 11	0,729	0,2907	Valid
	Kepercayaan 12	0,419	0,2907	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2907) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Kenyamanan

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Hasil
Kenyamanan	Kenyamanan 1	0,723	0,2907	Valid
	Kenyamanan 2	0,897	0,2907	Valid
	Kenyamanan 3	0,792	0,2907	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2907) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Hasil
Kepuasan	Kepuasan 1	0,818	0,2907	Valid
	Kepuasan 2	0,749	0,2907	Valid
	Kepuasan 3	0,607	0,2907	Valid
	Kepuasan 4	0,620	0,2907	Valid
	Kepuasan 5	0,602	0,2907	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2907) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel} ($\alpha = 5\%$)	Hasil
Loyalitas	Loyalitas 1	0,928	0,2907	Valid
	Loyalitas 2	0,904	0,2907	Valid
	Loyalitas 3	0,797	0,2907	Valid
	Loyalitas 4	0,859	0,2907	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2907) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Alpha	Keterangan
Kepercayaan	12 Item Pertanyaan	0,806	Reliabel
Kenyamanan	3 Item Pertanyaan	0,731	Reliabel
Kepuasan	5 Item Pertanyaan	0,696	Reliabel
Loyalitas	4 Item Pertanyaan	0,889	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian variabel kepercayaan, kenyamanan, kepuasan dan loyalitas konsumen dapat dikatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Asumsi normalitas juga dapat menggunakan uji statistik yaitu dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dalam pengujian ini, data yang dikatakan berdistribusi secara normal apabila hasil dari $(sig) > 0,05$. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Uji Normalitas
Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,639

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.9 uji *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal yakni Asymp. Sig. lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan secara linear atau tidak. Uji linearitas dilihat dari nilai Sig. *Linearity* dan Sig. *Deviation from Linearity*. Jika nilai Sig. $< \alpha = 0,05$ maka model regresi adalah linear dan sebaliknya.

**Tabel 4.10
Uji Linearitas Loyalitas Konsumen dan Kepercayaan**

	Sig.
--	------

Loyalitas Konsumen * Kepercayaan	Linearity	0,011
----------------------------------	-----------	-------

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh nilai Sig. *Linearity* sebesar $0,011 < \alpha = 0,05$, artinya regresi linear dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Tabel 4.11
Uji Linearitas Loyalitas Konsumen dan Kenyamanan

		Sig.
Loyalitas Konsumen * Kenyamanan	Linearity	0,030

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh nilai Sig. *Linearity* sebesar $0,030 < \alpha = 0,05$, artinya regresi linear dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara kenyamanan dan loyalitas konsumen.

Tabel 4.12
Uji Linearitas Loyalitas Konsumen dan Kepuasan

		Sig.
Loyalitas Konsumen * Kepuasan	Linearity	0,002

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh nilai Sig. *Linearity* sebesar $0,002 < \alpha = 0,05$, artinya regresi linear dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara kepuasan dan loyalitas konsumen.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel independen dalam suatu model regresi linear berganda.

Tabel 4.13
Uji Multikolinearitas *Tolerance* dan VIF

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kepercayaan	0,442	2,262
Kenyamanan	0,984	1,017
Kepuasan	0,438	2,283

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa nilai *tolerance* semua variabel independen $> 0,10$. Nilai *variance inflation factor* (VIF) ketiga variabel < 10 . Berdasarkan kriteria dalam pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glejser

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residu satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dengan metodek glejser dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residualnya maka dalam model terdapat masalah heteroskedastisitasd.

Tabel 4.14
Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients
	Sig.
Kepercayaan	0,415
Kenyamanan	0,733
Kepuasan	0,717

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa pada model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hal ini karena masing-masing variabel dari kedua persamaan tersebut memiliki nilai signifikansi lebih besar dari nilai alpha (Sig. > 0.05).

3. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi R Square (R^2)

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan kepada masing-masing variabel. Berikut tampilan hasil uji koefisien determinasi (R^2):

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi R Square (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.348 ^a	.121	.088	3.241

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kenyamanan, Kepercayaan

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa besarnya angka *R Square* (R^2) adalah 0,121. Angka tersebut mempunyai arti bahwa pengaruh kepercayaan, kenyamanan dan kepuasan terhadap loyalitas secara simultan 12,1%.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk memodelkan hubungan antara variabel dependen (loyalitas konsumen) dengan variabel independen (kepercayaan, kenyamanan dan kepuasan). Analisis regresi linears berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh bebas terhadap variabel terikat dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \text{error}$$

Tabel 4.16
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.132	1.615		2.559	.012
	Kepercayaan	.969	.137	1.672	7.076	.000
	Kenyamanan	.517	.071	.609	7.237	.000
	Kepuasan	1.164	.140	-1.652	-8.285	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Maka didapat perhitungan pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 4,132 + 0,969X_1 + 0,517X_2 + 1,164X_3$$

Keterangan :

Y = Variabel Loyalitas Konsumen

a = Bilangan Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Kepercayaan

X_2 = Kenyamanan

X_3 = Kepuasan

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Konstanta sekitar 4,132 artinya jika kepercayaan, kenyamanan dan kepuasan nilainya adalah 0, maka loyalitas nilainya sebesar 4,132.
- b) Koefisien regresi variabel kepercayaan (X_1) sebesar 0,969 artinya jika variabel kepercayaan mengalami kenaikan satu satuan maka loyalitas akan bertambah sebesar 0,969 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas lain dianggap tetap. Koefisien bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif antara variabel kepercayaan dengan loyalitas.
- c) Koefisien regresi variabel kenyamanan (X_2) sebesar 0,517 artinya jika variabel kenyamanan mengalami kenaikan satu satuan maka loyalitas akan bertambah sebesar 0,517 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas lain dianggap tetap. Koefisien bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif antara variabel kenyamanan dengan loyalitas.
- d) Koefisien regresi variabel kepuasan (X_3) sebesar 1,164 artinya jika variabel kepuasan mengalami kenaikan satu satuan maka loyalitas akan bertambah sebesar 1,164 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas lain

dianggap tetap. Koefisien bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif antara variabel kepuasan dengan loyalitas.

C. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Depot Galon Syahidah Rawa Jaya Palembang.

Tabel 4.17
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.132	1.615		2.559	.012
Kepercayaan	.969	.137	1.672	7.076	.000
Kenyamanan	.517	.071	.609	7.237	.000
Kepuasan	-1.164	.140	-1.652	-8.285	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.17 di atas nilai T_{tabel} dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $df = (n-k)$ atau $(46-4) = 42$. Dari ketentuan tersebut diperoleh angka T_{tabel} sebesar 2,41847.

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh angka T_{hitung} sebesar $7,076 > T_{tabel}$ sebesar 2,41847, sehingga secara parsial variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Artinya ada pengaruh antara kepercayaan terhadap loyalitas. Besarnya pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas = 0,969 atau 96,9% dianggap signifikan dengan angka signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas. Berdasarkan uji t yang dilakukan, diperoleh hasil penelitian bahwa secara parsial variabel kepercayaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas (Y) Depot Galon Syahidah Rawa Jaya Palembang. Hal ini terlihat T_{hitung}

memiliki 7,076 yang artinya $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($7,076 > 2,41847$) dengan signifikan $0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang lebih kecil dari pada tingkat kesalahan. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya pelatihan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Menurut Swan (1985) memandang kepercayaan sebagai sebuah ciri-ciri efektif seperti sebuah perasaan atau emosi, sebagai ganti ciri-ciri kepribadian dan kognitif yang digunakan oleh Rotter. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Artinya setiap terjadi peningkatan kepercayaan akan meningkatkan loyalitas konsumen Depot Galon Syahidah Rawa Jaya Palembang.

Hal ini mendukung hasil penelitian Muhammad Randi S (2012) dengan judul “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Dua Putri Di Kelurahan Matano Kecamatan Bungku Tengah” yang menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

D. Pengaruh Kenyamanan terhadap Loyalitas Konsumen Depot Galon Syahidah Rawa Jaya Palembang.

Tabel 4.18
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.132	1.615		2.559	.012

Kepercayaan	.969	.137	1.672	7.076	.000
Kenyamanan	.517	.071	.609	7.237	.000
Kepuasan	-1.164	.140	-1.652	-8.285	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.18 di atas nilai T_{tabel} dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $df = (n - k)$ atau $(46-4) = 42$. Dari ketentuan tersebut diperoleh angka T_{tabel} sebesar 2,41847.

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh angka T_{hitung} sebesar $7,237 > T_{tabel}$ sebesar 2,41847, sehingga secara parsial variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Artinya ada pengaruh antara kenyamanan terhadap loyalitas. Besarnya pengaruh kenyamanan terhadap loyalitas = 0,517 atau 51,7% dianggap signifikan dengan angka signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan berpengaruh terhadap loyalitas. Berdasarkan uji t yang dilakukan, diperoleh hasil penelitian bahwa secara parsial variabel kenyamanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas (Y) Depot Galon Syahidah Rawa Jaya Palembang. Hal ini terlihat T_{hitung} memiliki 7,237 yang artinya $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($7,237 > 2,41847$) dengan signifikan $0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang lebih kecil dari pada tingkat kesalahan. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya kenyamanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Menurut Kolcaba & DiMarco (2005), dengan latar belakang keperawatan dan psikologi menjelaskan bahwa kenyamanan sebagai suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yang bersifat individual dan holistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Artinya setiap terjadi peningkatan kenyamanan akan meningkatkan loyalitas konsumen Depot Galon Syahidah Rawa Jaya Palembang.

E. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen Depot Galon Syahidah Rawa Jaya Palembang.

Tabel 4.19

**Hasil Uji t
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.132	1.615		2.559	.012
	Kepercayaan	.969	.137	1.672	7.076	.000
	Kenyamanan	.517	.071	.609	7.237	.000
	Kepuasan	-1.164	.140	-1.652	-8.285	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.19 di atas nilai T_{tabel} dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $df = (n - k)$ atau $(46-4) = 42$. Dari ketentuan tersebut diperoleh angka T_{tabel} sebesar 2,41847.

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh angka T_{hitung} sebesar $-8,285 > T_{\text{tabel}}$ sebesar 2,41847, sehingga secara parsial variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Artinya ada pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas. Besarnya pengaruh kepuasan terhadap loyalitas = -1,164 atau -116,4% dianggap signifikan dengan angka signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas. Berdasarkan uji t yang dilakukan, diperoleh hasil penelitian bahwa secara parsial variabel kepuasan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas (Y) Depot Galon Syahidah Rawa Jaya Palembang. Hal ini terlihat T_{hitung} memiliki 8,285 yang artinya $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$ ($8,285 > 2,41847$) dengan signifikan $0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang lebih kecil dari pada tingkat kesalahan. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) Kepuasan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Artinya setiap terjadi peningkatan kepuasan akan meningkatkan loyalitas konsumen Depot Galon Syahidah Rawa Jaya Palembang.

Hal ini mendukung hasil penelitian Muhammad Randi S (2012) “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Dua Putri Di Kelurahan Matano Kecamatan Bungku Tengah” yang menyimpulkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.