

**PENGARUH BRAND EXPERIENCE DAN BRAND
TRUST TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MI
INSTAN INDOMIE (STUDI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA)**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN

Menyetujui

Pembimbing I	Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. NIP.198602112019031005
Pembimbing II	Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. NIP.199112192022032010



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

Skripsi oleh I Putu Wira Adi Guna ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 05 Agustus 2026

Dewan Penguji

Ketua	Ni Putu Suciyawati, S.Pd., M.M. NIP.199905092024062001
Anggota	Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. NIP.198602112019031005
Anggota	Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. NIP.199112192022032010



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen

Menyetujui

Ketua Ujian	Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. NIP.196810291993032001
Sekretaris Ujian	Made Amanda Dewanti, S.E.,M.M NIP.199106072020122017



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul " PENGARUH *BRAND EXPERIENCE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MI INSTAN INDOMIE (Studi pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha)" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 30 April 2026

Pernyataan

B14AOX067407038
I Putu Wira Adi Guna
NIM 2217041302

PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Brand Experience* dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan Mi Instan Indomie (Studi pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha)”. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dan berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., CA., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Rahutama Atidira, M.M. selaku pembimbing akademik yang senantiasa dengan tulus, penuh tanggung jawab, serta kesabaran dalam memberikan arahan, dukungan, semangat, dan bimbingan akademi selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Dr. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E.,M.M. selaku Pembimbing I, yang senantiasa dengan tulus, penuh tanggung jawab, serta kesabaran dalam memberikan arahan, dukungan, semangat, dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Made Putri Ariasih, S.Si.,M.M. selaku Pembimbing II yang senantiasa memberikan masukan dan solusi, serta dengan segala ketulusan memberikan bimbingan, arahan, saran, dukungan, serta motivasi selama penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang senantiasa dengan tulus membagikan ilmu dan wawasan berharga selama penulis menempuh perkuliahan di Program Studi S1 Manajemen.

8. Keluarga penulis, khususnya kepada Bapak I Made Dwi Yantika (Ayah) dan Fitriana (Ibu), yang senantiasa hadir dalam setiap langkah perjalanan penulis. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tulus, motivasi yang membangkitkan semangat, serta dukungan baik secara moril maupun material, sehat selalu dan hidup lebih lama.
9. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya. Terima kasih telah hadir sebagai bagian dan langkah dari perjalanan hidup penulis yang senantiasa ada di setiap proses perjuangan. Dukungan, doa, dan semangat yang menjadi kekuatan besar hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Para sahabat dan saudara terkhususnya I Made Wina Dwi Yani (adik), Ni Kadek Regina Kartika Sari, Hendrik Wijaya dan Putu Galang Aryuna yang senantiasa hadir memberikan dorongan semangat, motivasi, serta canda tawa di setiap proses penyusunan skripsi ini, sehingga perjalanan yang dijalani terasa lebih ringan dan penuh kebersamaan.
11. Terima kasih kepada diri sendiri atas keberanian untuk memulai, ketekunan untuk terus berjalan, dan keteguhan hati untuk tidak menyerah di tengah proses. Semua lelah, ragu, dan air mata akhirnya terbayar dengan selesainya skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan kontribusi dalam bentuk apa pun selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia Pendidikan.

Singaraja, 5 Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORI	
2.1 Deskripsi Teoritis.....	11
2.1.1 Loyalitas Pelanggan.....	11
2.1.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	11
2.1.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	12
2.1.1.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	13
2.1.2 <i>Brand Experience</i>	14
2.1.2.1 Pengertian <i>Brand Experience</i>	14
2.1.2.2 Indikator <i>Brand Experience</i>	15
2.1.3 <i>Brand Trust</i>	15
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Trust</i>	15
2.1.3.2 Indikator <i>Brand Trust</i>	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Hubungan antara Variabel.....	22
2.3.1 Hubungan <i>Brand Experience</i> , <i>Brand Trust</i> , dan Loyalitas Pelanggan.....	22
2.3.2 Hubungan <i>Brand Experience</i> dan Loyalitas Pelanggan.....	23

2.3.3 Hubungan Variabel <i>Brand Trust</i> dan Loyalitas Pelanggan.....	23
2.4 Kerangka Konseptual	25
2.5 Hipotesis Penelitian.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2 Rancangan Penelitian	27
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.4.1 Instrumen Variabel Terikat	31
3.4.1.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
3.4.1.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	31
3.4.1.3 Pengujian Instrumen Penelitian.....	32
3.4.2 Instrumen Variabel Bebas	34
3.4.2.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
3.4.2.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	35
3.4.2.3 Pengujian Instrumen Penelitian.....	36
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data.....	39
3.5.1 Analisis Setatistik Deskriptif.....	39
3.5.2. Uji Asumsi.....	40
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
3.6 Pengujian Hipotesis.....	42
3.6.1 Uji F (Uji Signifikansi Pengaruh Simultan).....	43
3.6.2 Uji t (Uji Signifikansi Pengaruh Parsial).....	44
3.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data.....	46
4.1.1 Subjek Penelitian	46
4.1.2 Frekuensi Jawaban Responden.....	51
4.1.2.1 Frekuensi Jawaban Responden terhadap Loyalitas Pelanggan	51
4.1.2.2 Frekuensi Jawaban Responden terhadap <i>Brand Experience</i>	52
4.1.2.3 Frekuensi Jawaban Responden terhadap <i>Brand Trust</i>	54

4.2 Analisis statistik deskriptif.....	55
4.3 Pengujian Asumsi Klasik	57
4.3.1 Uji Normalitas	57
4.3.2 Uji Multikolinearitas	58
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	58
4.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.5 Pengujian Hipotesis.....	61
4.5.1 Uji F.....	61
4.5.2 Uji t.....	62
4.6 Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	63
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	64
4.7.1 Pengaruh <i>Brand Experience</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	64
4.7.2 Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	67
4.7.3 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas pelanggan	72
4.8 Implikasi Hasil Penelitian	76
4.8.1 Implikasi Teoritis	76
4.8.2 Implikasi Praktis	75
BAB V PENUTUP	
5.1 Rangkuman	78
5.2 Simpulan	79
5.3 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	59



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Pangsa Pasar Mi instan.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Terikat.....	31
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian Variabel Terikat.....	31
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Terikat.....	33
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terikat.....	34
Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel Bebas.....	35
Tabel 3.6 Kisi-kisi Instrumen Penelitian Variabel Bebas.....	35
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Bebas.....	37
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel bebas.....	38
Tabel 4.1 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	48
Tabel 4.4 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	49
Tabel 4.5 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Konsumsi..	50
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden terhadap Loyalitas Pelanggan.....	51
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Brand Experience</i>	52
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden terhadap <i>Brand Trust</i>	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif.....	55
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran. 1 Hasil Wawancara.....	89
Lampiran. 2 Jadwal Waktu Penelitian.....	91
Lampiran. 3 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran. 4 Gambaran Umum Responden.....	96
Lampiran. 5 Tabulasi Data Kuesioner.....	97
Lampiran. 6 Hasil <i>Output</i> Perhitungan SPSS <i>for</i> Windows Versi 26.0.....	101
Lampiran. 7 Dokumentasi Penelitian.....	108

