

LAMPIRAN



Lampiran.1 Hasil Wawancara

No	Nama / Inisial	Pengalaman Merek (X1)	Kepercayaan Merek (X2)	Loyalitas Pelanggan (Y)	Alasan
1	Rauh Mustika	Ya	Ya	Ya	Pas buat nemenin begadang ngerjain tugas kuliah.
2	Kadek Wulan	Ya	Ya	Ya	Rasa bumbunya konsisten dari dulu, paling pas di lidah.
3	Nyoman Risma	Ya	Ya	Ya	Solusi paling praktis kalau lagi malas keluar kost .
4	Ketut Suda	Ya	Ya	Ya	Aromanya khas banget, bikin nafsu makan nambah.
5	Sadeani	Ya	Ya	Ya	Harganya ramah di kantong mahasiswa.
6	Puja	Ya	Ya	Ya	Varian rasa nusantaranya sangat inovatif dan kreatif.
7	Febi	Ya	Ya	Ya	Sudah percaya sama kualitasnya karena merek besar.
8	Dewi	Ya	Ya	Ya	Paling sering saya rekomendasiin ke teman satu organisasi.
9	Wayan Juni	Ya	Ya	Ya	Mood langsung balik kalau sudah makan Indomie Goreng.
10	Yoni	Ya	Ya	Ya	Iklannya jujur, rasanya nggak pernah mengecewakan.
11	Dewa Gede	Ya	Ya	Ya	Stok di kost setiap awal bulan.
12	Ida Bagus	Ya	Ya	Ya	Rasa kuahnya nagih, kalau ditambah telur makin kenyang.
13	Putu Eka	Ya	Ya	Ya	Nggak mau ganti ke mi lain meskipun ada promo.

No	Nama / Inisial	Pengalaman Merek (X1)	Kepercayaan Merek (X2)	Loyalitas Pelanggan (Y)	Alasan
14	Wahyu	Ya	Ya	Ya	Aman dikonsumsi karena standar kebersihannya jelas.
15	Nyoman Tri	Ya	Ya	Ya	Membantu banget pas jadwal kuliah lagi padat-padatunya.
16	Ketut Indah	Ya	Ya	Ya	Cita rasa lokalnya pas, apalagi varian rasa Mie Goreng.
17	Ngurah	Tidak	Ya	Ya	Suka rasanya, tapi kadang bumbunya terlalu tajam di tenggorokan.
18	Luh De	Ya	Tidak	Ya	Enak banget, tapi saya mulai batasi karena alasan kesehatan.
19	Komang Agus	Ya	Ya	Tidak	Saya suka rasanya, tapi sering coba mi merek lain karena penasaran.
20	Regina	Tidak	Tidak	Tidak	Lebih ke mi sedap, jadi jarang sekali mengonsumsi mi instan.
Total Ya		18	18	18	Loyalitas Persentase: 90%
Total Tidak		2	2	2	Persenta Tidak loyal: 10%

Lampiran.3 Kuesioner Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN MANAJEMEN

Jalan udayana No. 11, Singaraja, Telepon. (0362) 26830

E-mail : jurusanmanajemen.undiksha@gmail.com

Kepada Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Perihal : Kuesioner

Dengan Hormat, Dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi) sebagai mahasiswa Program Studi S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Maka dengan ini saya:

Nama : I Putu Wira Adi Guna

NIM : 2217041302

Program Studi : S1 Manajemen

Jurusan/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Dengan mengangkat topik yang berjudul *PENGARUH BRAND EXPERIENCE DAN BRAND TRUST TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MI INSTAN INDOMIE* (Studi pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha). Dengan ini, saya memohon kepada Saudara atau Saudari untuk berpartisipasi dalam menjawab kuesioner penelitian ini. Informasi dan data yang diperoleh semata-mata akan digunakan untuk tujuan akademis, sehingga kerahasiaannya akan dijaga sesuai dengan etika penelitian. Demikian yang dapat saya sampaikan. Atas kesediaan, bantuan, serta perhatian Saudara atau Saudari dalam melengkapi dan menjawab pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Singaraja, 6 Agustus 2025

Peneliti

I Putu Wira Adi Guna

Contact : 085792467809

Apakah Anda pernah mengonsumsi mie merek Indomie?

☐ Iya ☐ Tidak

Jika menjawab Iya, silahkan melanjutkan mengisi kuesioner,

A. Identitas Responden:

1. Nama :
2. Alamat :
3. Usia :
4. Nim :
5. Jenis Kelamin : ☐ Perempuan
☐ Laki-laki
6. Fakultas : FIP ☐ FK ☐
FOK ☐ FMIPA ☐
FE ☐ FTK ☐
FHIS ☐ FBS ☐
7. Jurusan :
8. Semester :
9. Seberapa sering anda mengkonsumsi mie merek indomie?
☐ 3 x 1 Minggu
☐ Lebih dari 3 kali dalam 1 minggu

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikan tanda centang pada kolom yang sesuai dengan pendapat anda
Keterangan:

- 5 = sangat setuju (SS)
4 = Setuju (S)
3 = Cukup Setuju (CS)
2 = Tidak Setuju (TS)
1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

C. Draf Kuesioner Penelitian *brand experience*

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Rasa Indomie selalu sukses menggugah selera makan saya.					
2.	Saya merasa senang setiap kali menikmati Indomie.					

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
3.	Sebagai bagian dari gaya hidup, Indomie selalu jadi andalan saya saat butuh makanan yang cepat, praktis, dan pasti lezat.					
4.	Inovasi rasa dari Indomie selalu membuat saya penasaran dan berpikir tentang kekayaan kuliner nusantara.					

D. Draf Kuesioner Penelitian *brand trust*

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya yakin bahwa Indomie selalu memberikan kualitas rasa dan kepuasan yang sesuai dengan ekspektasi saya					
2.	Saya selalu bisa mengandalkan Indomie karena kualitas rasanya yang pasti enak setiap kali disajikan..					
3.	Indomie jujur soal rasa, enak sesuai dengan yang dijanjikan di iklan/kemasan.					
4.	Kebersihan dan keamanan Indomie yang terjamin membuat saya sangat yakin untuk selalu mengonsumsinya.					

E. Draf Kuisisioner Penelitian *loyalitas pelanggan*

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya berniat membeli Indomie kembali karena kualitas yang konsisten.					
2.	Di tengah banyaknya merek baru, saya selalu setia memilih Indomie					

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
	sebagai yang pertama saat membeli mie instan..					
3.	Saya tidak ragu merekomendasikan Indomie ke teman atau keluarga karena rasanya memuaskan.					



Lampiran 4 : Gambaran Umum Responden

Keterangan	N 110	
	Jumlah (orang)	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki - laki	52	52,7%
Perempuan	58	47,3%
Total	110	100%
Usia		
18-20	46	41,8%
21-23	63	57,3%
24>	1	0,9%
Total	110	100%
Fakultas		
FE	23	20,9%
FHIS	14	12,7%
FIP	13	11,8
MIPA	11	10%
FTK	22	20%
FK	6	5,5%
FOK	10	9,1%
FBS	11	10%
Total	110	100%
Rata Rata Konsumsi Mi Merek Indomie		
3x dalam 1 minggu	75	68%
Lebih dari 3x 1 minggu	35	32 %
Total	110	100%

Lampiran 5 : Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran sampel kecil

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2	Y 1	Y 2	Y 3	Total Y
4	5	2	5	16	4	3	3	3	13	4	4	3	11
5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	4	4	3	11
3	4	3	5	15	3	3	4	5	15	3	4	3	10
4	4	4	5	17	5	4	5	5	19	4	5	4	13
5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	4	5	5	14
4	4	5	4	17	1	3	3	3	10	4	4	3	11
4	5	4	3	16	4	4	4	5	17	4	4	4	12
3	4	2	4	13	4	3	4	2	13	2	3	1	6
5	5	3	4	17	3	2	2	4	11	4	3	2	9
5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	4	5	5	18	4	3	3	4	14	4	4	5	13
2	2	3	3	10	3	2	3	3	11	3	3	2	8
3	3	3	2	11	3	3	3	3	12	3	3	3	9
5	5	5	4	19	4	5	4	1	14	4	4	3	11
4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	4	4	3	11
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	3	4	3	14	3	3	3	2	11	4	4	4	12
4	5	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	4	14
4	4	4	3	15	3	4	4	4	15	4	4	4	12
2	2	3	3	10	2	2	2	4	10	2	2	2	6
4	4	3	3	14	4	4	4	3	15	4	4	3	11
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	5	3	4	16	4	3	4	4	15	5	5	3	13
4	4	2	3	13	4	4	5	5	18	3	4	5	12
5	5	3	4	17	4	4	4	5	17	5	4	3	12
2	3	3	3	11	3	3	3	3	12	4	3	2	9
3	4	2	2	11	4	4	4	4	16	3	3	2	8
5	4	4	4	17	4	3	4	4	15	5	3	4	12

Lampiran sampel besar

X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	TOTAL_X1	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	TOTAL_X2	Y_1	Y_2	Y_3	TOTAL_Y
2	3	3	3	11	5	5	4	5	19	5	3	5	13
2	4	3	3	12	2	3	3	4	12	3	2	3	8
3	4	2	4	13	4	4	4	4	16	4	3	4	11
2	2	2	2	8	5	5	5	3	18	3	4	3	10

X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	TOTAL_X1	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	TOTAL_X2	Y_1	Y_2	Y_3	TOTAL_Y
5	5	5	5	20	3	4	5	4	16	3	4	4	11
3	5	5	4	17	3	4	3	4	14	4	4	4	12
4	4	5	5	18	5	5	5	4	19	4	4	4	12
2	4	3	3	12	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	4	5	5	18	5	4	5	4	18	4	4	4	12
4	3	3	4	14	4	4	3	4	15	4	4	4	12
4	3	3	5	15	5	5	4	5	19	5	4	5	14
4	3	4	3	14	3	4	4	4	15	4	5	4	13
5	4	5	5	19	5	4	4	4	17	5	4	4	13
3	2	4	2	11	2	3	4	3	12	3	2	2	7
5	5	4	5	19	1	1	1	4	7	4	4	4	12
2	3	2	3	10	5	5	5	4	19	3	3	4	10
3	5	5	4	17	3	4	3	4	14	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	4	13
3	3	2	2	10	5	3	4	5	17	4	5	4	13
4	5	4	4	17	4	4	4	5	17	4	4	5	13
4	3	3	5	15	5	3	4	5	17	5	4	5	14
3	2	3	2	10	4	5	4	4	17	3	2	4	9
4	5	5	5	19	5	5	5	4	19	5	5	5	15
3	3	3	3	12	4	4	4	5	17	4	4	4	12
4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	4	4	5	13
2	2	2	3	9	4	3	4	4	15	3	3	4	10
4	3	5	2	14	5	3	4	5	17	4	4	3	11
5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	4	5	14
5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	15
3	3	3	3	12	3	5	3	3	14	4	3	3	10
4	3	3	5	15	5	5	4	3	17	5	4	5	14
5	4	4	5	18	3	3	3	3	12	4	4	3	11
4	4	3	2	13	5	5	4	5	19	4	3	5	12
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	3	3	3	13	5	3	4	4	16	3	4	3	10
2	3	2	3	10	3	4	5	3	15	3	4	4	11
4	3	3	3	13	3	4	3	4	14	4	4	4	12
3	3	3	3	12	5	5	5	5	20	4	4	4	12
3	2	2	2	9	5	4	5	4	18	3	4	4	11
3	3	3	3	12	3	5	3	3	14	4	3	3	10
3	2	3	4	12	4	4	4	5	17	3	3	4	10
3	4	4	4	15	2	3	3	3	11	3	4	4	11
4	5	3	2	14	4	4	5	5	18	4	4	2	10

X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	TOTAL_X1	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	TOTAL_X2	Y_1	Y_2	Y_3	TOTAL_Y
5	3	3	3	14	4	4	3	4	15	4	5	4	13
4	5	5	5	19	3	4	3	4	14	4	4	4	12
5	5	4	5	19	3	3	3	4	13	4	5	4	13
5	4	5	5	19	5	5	4	5	19	5	4	5	14
4	4	3	2	13	3	2	2	4	11	3	3	3	9
3	1	2	1	7	5	4	4	3	16	3	4	2	9
4	3	4	4	15	5	4	4	5	18	4	4	5	13
5	3	3	3	14	4	3	3	4	14	4	5	4	13
5	5	5	5	20	2	2	2	5	11	4	5	5	14
2	4	3	1	10	2	3	3	3	11	1	1	3	5
1	1	2	3	7	5	5	5	4	19	4	4	3	11
3	3	2	2	10	4	4	4	3	15	4	3	3	10
4	4	3	4	15	3	4	5	4	16	3	3	4	10
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	4	5	14
4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	3	4	4	11
5	5	5	5	20	3	4	5	5	17	4	4	5	13
4	3	3	2	12	5	5	5	5	20	4	3	5	12
4	4	5	5	18	4	3	4	4	15	5	5	4	14
5	5	4	5	19	4	5	4	5	18	5	5	5	15
2	2	4	2	10	5	5	5	4	19	3	3	4	10
3	2	3	4	12	4	3	4	5	16	4	4	4	12
2	4	3	3	12	3	3	4	4	14	4	4	4	12
3	4	4	4	15	2	3	3	4	12	3	4	4	11
4	4	2	4	14	3	5	3	4	15	4	4	4	12
4	3	4	4	15	5	4	4	1	14	4	4	5	13
4	5	5	5	19	4	4	5	4	17	3	4	4	11
3	2	3	2	10	2	1	1	2	6	3	2	2	7
4	5	5	5	19	5	5	4	5	19	5	4	5	14
3	5	4	4	16	4	3	5	3	15	4	4	3	11
4	3	4	4	15	3	4	4	4	15	4	4	5	13
4	3	3	4	14	5	4	4	5	18	4	4	5	13
3	3	2	3	11	5	5	5	4	19	3	3	4	10
3	3	3	3	12	2	3	2	3	10	3	5	3	11
5	4	4	4	17	3	5	4	5	17	4	4	5	13
4	3	4	4	15	4	4	4	3	15	5	5	5	15
4	3	3	2	12	5	4	5	4	18	4	3	5	12
3	5	4	4	16	4	3	5	3	15	4	4	3	11
5	4	5	5	19	4	5	4	5	18	4	5	5	14
2	3	2	3	10	5	5	5	4	19	3	3	4	10

X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	TOTAL_X1	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	TOTAL_X2	Y_1	Y_2	Y_3	TOTAL_Y
2	2	4	2	10	5	5	5	4	19	3	3	4	10
4	5	3	2	14	4	4	5	4	17	3	3	4	10
2	2	4	2	10	4	4	5	5	18	4	3	4	11
5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	15
3	2	3	2	10	4	5	4	4	17	3	2	4	9
5	4	4	5	18	3	5	4	5	17	3	3	5	11
2	3	3	3	11	5	3	5	5	18	5	3	5	13
2	2	2	3	9	4	5	4	3	16	3	2	3	8
4	5	4	4	17	4	3	5	3	15	5	5	3	13
5	5	5	4	19	4	5	4	3	16	5	3	5	13
5	4	3	5	17	5	4	5	4	18	5	4	5	14
3	2	4	2	11	3	3	4	3	13	3	3	3	9
5	4	4	5	18	3	5	4	5	17	3	5	5	13
5	4	4	5	18	3	3	3	4	13	4	4	3	11
4	4	3	4	15	3	4	5	4	16	3	3	4	10
3	2	4	2	11	3	1	1	2	7	3	2	2	7
2	2	2	4	10	2	3	3	4	12	3	3	4	10
4	3	4	3	14	5	4	4	4	17	3	4	4	11
3	2	2	2	9	5	4	5	4	18	3	4	4	11
5	4	4	4	17	3	4	5	5	17	4	4	5	13
4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	5	13
3	2	2	2	9	5	4	5	4	18	3	4	4	11
3	4	2	4	13	4	4	4	4	16	4	3	4	11
3	2	3	2	10	2	2	2	3	9	4	5	3	12
4	5	5	5	19	5	5	5	4	19	5	5	5	15
3	3	3	3	12	5	5	5	4	19	4	4	4	12
3	2	2	2	9	3	5	4	3	15	4	3	3	10
3	5	5	3	16	2	3	3	5	13	4	3	3	10

Lampiran. 1 Hasil Output Perhitungan SPSS for Windows Versi 26.0

a. Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas *Brand Eperience* X1 Sampel Kecil

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.821**	.577**	.513**	.885**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.004	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.821**	1	.377*	.573**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.040	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.577**	.377*	1	.498**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.001	.040		.005	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.513**	.573**	.498**	1	.784**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.005		.000
	N	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	.885**	.831**	.772**	.784**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	4



b. Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas *Brand Trust* X2 Sampel Kecil

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.708**	.785**	.480**	.876**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.007	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.708**	1	.836**	.360	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.051	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.785**	.836**	1	.529**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.480**	.360	.529**	1	.727**
	Sig. (2-tailed)					
	N					

	Sig. (2-tailed)	.007	.051	.003		.000
	N	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	.876**	.846**	.924**	.727**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.855	4

c. Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas Loyalitas Pelanggan Sampel Kecil

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.700**	.588**	.843**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.700**	1	.730**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.588**	.730**	1	.901**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.843**	.904**	.901**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.845	3

d. Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas *Brand Eperience* X1 Sampel Besar

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.585**	.586**	.625**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	109	109	109	109	109
X1.2	Pearson Correlation	.585**	1	.632**	.636**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000

	N	109	110	110	110	110
X1.3	Pearson Correlation	.586**	.632**	1	.587**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	109	110	110	110	110
X1.4	Pearson Correlation	.625**	.636**	.587**	1	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	109	110	110	110	110
Total_X1	Pearson Correlation	.826**	.851**	.826**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	109	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
.858	4

e. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas *Brand Trust* X2 Sampel Besar

Correlations

		X2.1	X2.3	X2.2	X2.4	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.672**	.554**	.255**	.836**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.007	.000
	N	110	110	110	110	110
X2.3	Pearson Correlation	.672**	1	.618**	.275**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.004	.000
	N	110	110	110	110	110
X2.2	Pearson Correlation	.554**	.618**	1	.273**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.004	.000
	N	110	110	110	110	110
X2.4	Pearson Correlation	.255**	.275**	.273**	1	.545**
	Sig. (2-tailed)	.007	.004	.004		.000
	N	110	110	110	110	110
Total_X2	Pearson Correlation	.836**	.852**	.811**	.545**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
.769	4

f. Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas Loyalitas Pelanggan Sampel Besar

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.522**	.481**	.828**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110
Y2	Pearson Correlation	.522**	1	.351**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110
Y3	Pearson Correlation	.481**	.351**	1	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110
Total_Y	Pearson Correlation	.828**	.791**	.771**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	3



Hasil Uji Analisis Deskriptif Statistik

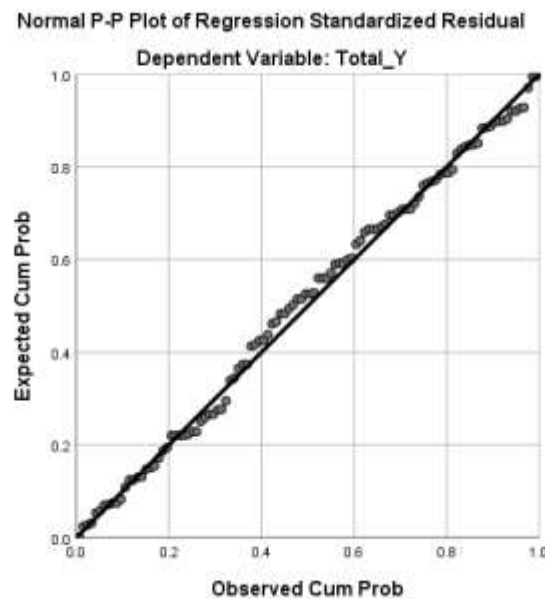
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	110	7	20	14.25	3.616
X2	110	6	20	15.95	2.922
Y	110	5	15	11.65	1.947
Valid N (listwise)	110				



Hasil Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30303746
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.044
	Negative	-.047
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

b. Uji Multikolinearitas

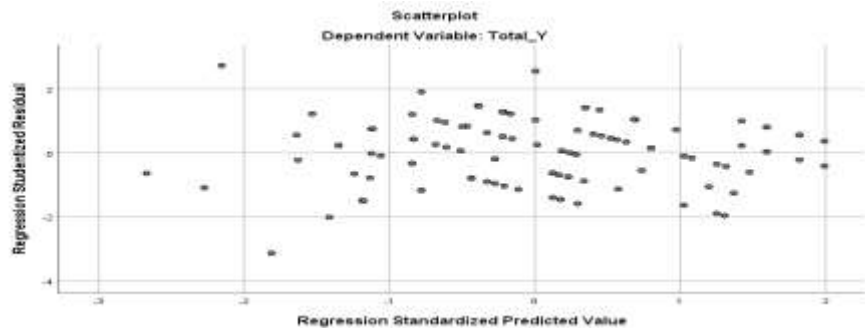
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.029	.820		3.692	.000		
	Total X1	.326	.035	.606	9.320	.000	.990	1.010

Total_X2	.248	.043	.373	5.735	.000	.990	1.010
----------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Total_Y

c. Uji Heteroskedastisitas



Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

d. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.552	.544	1.315

a. Predictors: (Constant), Total_x2, Total_x1

b. Dependent Variable: Total_y

Hasil Pengujian Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	228.101	2	114.050	65.939	.000 ^b
	Residual	185.072	107	1.730		
	Total	413.173	109			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	3.029	.820		3.692	.000
	Total_X1	.326	.035	.606	9.320	.000
	Total_X2	.248	.043	.373	5.735	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Lampiran. 7 Dokumentasi Penelitian



RIWAYAN HIDUP



I Putu Wira Adi Guna lahir di Batusesa pada tanggal 6 Desember 2004. Penulis merupakan anak dari pasangan I Made Dwiyantika dan Fitriani. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Saat ini, penulis beralamat di Banjar Batusesa, Desa Candikuning, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Penulis menyelesaikan pendidikan taman kanak-kanak di TK Widya Sthana, kemudian melanjutkan pendidikan dasar di SD Negeri 4 Candikuning dan lulus pada tahun 2016. Penulis lalu melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 1 Baturiti dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2022, penulis lulus dari SMA Swasta Candimas Pancasari dengan mengambil jurusan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (MIPA) serta Perhotelan. Pada tahun yang sama (2022), penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang S-1 program studi Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha. Hingga penyusunan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa aktif pada program studi tersebut. Pada semester akhir tahun 2026, penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Pengaruh Brand Experience dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan Mi Instan Indomie (Studi pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha)".

