

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CUSTOMER EXPERIENCE*,  
DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*  
(Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Taman Siswa di Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan  
Yogyakarta



Disusun Oleh:

Dinda Lastari

NIM: 1900011039

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN YOGYAKARTA**

**2023**

**INFLUENCE OF BRAND IMAGE, CUSTOMER EXPERIENCE,  
AND CUSTOMER VALUE ON CUSTOMER LOYALTY  
(A CASE STUDY ON CUSTOMERS MIE GACOAN  
TAMAN SISWA IN YOGYAKARTA)**

**THESIS**

Submitted to Fulfill One Of the Requirements  
For Obtaining a Bachelor's Degree  
In the Management Study Program Faculty Of Economics and Business  
Ahmad Dahlan University  
Yogyakarta



**Compiled By:**

Dinda Lastari

NIM: 1900011039

**MANAGEMENT STUDY PROGRAM  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
AHMAD DAHLAN UNIVERSITY YOGYAKARTA  
2023**

## HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CUSTOMER EXPERIENCE*,  
DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*  
(Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Taman Siswa di Yogyakarta)**



Pembimbing

Dr. Salamatus Asakdiyah, M.Si.  
NIY: 196205021987032001

Tanggal, 28 Juli 2023

## HALAMAN PENGESAHAN


**PENGARUH BRAND IMAGE, CUSTOMER EXPERIENCE,  
DAN CUSTOMER VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY  
(Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Taman Siswa di Yogyakarta)**

Diajukan Oleh  
Dinda Lastari  
NIM:1900011039

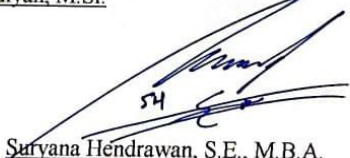
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta  
Tanggal: 28 Juli 2023

  
Dr. Salamatus Asakdiyah, M.Si.

Ketua

  
Drs. Hendro Setyono, S.E., M.Sc.


Anggota

  
Suryana Hendrawan, S.E., M.B.A.

Anggota

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan

  
Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR.

NIY. 60960144

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul: **“Pengaruh *Brand Image*, *Customer Experience*, dan *Customer Value* Terhadap *Customer Loyalty* (Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Taman Siswa di Yogyakarta)”** ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut diatas, yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta, 28 Juli 2023



Dinda Lastari

1900011039

Saksi 1, Ketua Tim Penguji



Dr. Salamatus Asakdiyah, M.Si.

NIY: 196205021987032001

Saksi 2, Anggota Tim Penguji



Drs. Hendro Setyono, S.E., M.Sc.

NIY: 60920108

Saksi 3, Anggota Tim Penguji



Suryana Hendrawan, S.E., M.B.A.

NIY: 60160971

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dinda Lastari  
NIM : 1900011039  
Email : tarridinda14@gmail.com  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : **“Pengaruh *Brand Image*, *Customer Experience*, dan *Customer Value* Terhadap *Customer Loyalty* (Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Taman Siswa di Yogyakarta)”**.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun di Institusi Pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan terjemahan melainkan merupakan gagasan tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebut nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan tidak benar dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini,

serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Yogyakarta, 28 Juli 2023

Yang Menyatakan

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dinda Lastari', is positioned above the printed name.

Dinda Lastari

1900011039

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dinda Lastari  
NIM : 1900011039  
Email : tarridinda14@gmail.com  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : **“Pengaruh *Brand Image*, *Customer Experience*, dan *Customer Value* Terhadap *Customer Loyalty* (Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Taman Siswa di Yogyakarta)”**.

Dengan ini saya menyerahkan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda kotak):

Saya mengizinkan karya saya tersebut digunakan kedalam aplikasi *Repository* Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 28 Juli 2023

Yang Menyatakan



Dinda Lastari  
1900011039

Pembimbing



Dra. Salamatun Asakdiyah, M.Si.

NIY: 196205021987032001



## MOTTO

“Dan rahasiakanlah perkataanmu atau nyatakanlah. Sungguh, Dia Maha Mengetahui segala isi hati.”

*(QS. Al-Mulk 67: Ayat 13)*

Tidak jadi masalah untuk berhenti sejenak, hanya kamu yang paham *struggle* dirimu. Setiap orang punya garis *start* dan *finish* berbeda, cukup selesaikan apa yang sudah kamu mulai. Karena jika orang lain bisa, maka kamu juga bisa.

*You belong to yourself, not them or anyone else. So whatever you are, be a good one.*

-Dinda Lastari

## PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat, dan hidayah kepada penulis sehingga memungkinkan penulis untuk terus menyelesaikan karya ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Meski jauh dari kata sempurna, penulis bangga dapat mencapai titik ini, yang akhirnya menyelesaikan karya ini tepat waktu. Tidak lupa pula penulis ucapkan banyak terima kasih untuk semua yang sudah memberikan banyak dukungan, motivasi, dan semangat kepada penulis. Untuk itu skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Teruntuk orang tua tersayang Ayah Anang Mawan dan Umma Nuriyah, yang senantiasa selalu memberikan doa, cinta dan kasih, semangat, serta menjadi support pertama dalam hal apapun yang selalu tercurah tanpa hentinya demi keberhasilan saya dimasa yang akan datang.
2. Saudara saya tercinta Wanda Septiani yang jauh di Pondok, terima kasih sudah menjadi alasan saya bertahan sejauh ini. Abang Aris dan Kakak Fitra yang selalu ada untuk saya, terima kasih selalu mau saya repotkan dan adik Zafinna yang cerewet ini *ily*, terakhir *Ayesha's beautiful baby in my home*.
3. *Dear my self*. Tentang kamu yang selalu berusaha terlihat kuat, padahal banyak sedihnya. Yang selalu bilang gapapa tapi nyatanya banyak cerita yang dipendam sendirian. Terima kasih sudah memilih untuk bertahan menjalani hidup. Terima kasih untuk semua hal yang sudah kamu lalui sejauh ini. Tolong berhenti mencemaskan sesuatu, masih ada *season* selanjutnya untuk kamu lalui.

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala Puji Syukur atas kehadiran-Nya, atas karunia-Nya, dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh *Brand Image*, *Customer Experience*, dan *Customer Value* Terhadap *Customer Loyalty* (Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Taman Siswa di Yogyakarta)”**. Penulisan skripsi ini ditulis dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Muchlas, M.T., selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan yang memimpin dan bertanggung jawab di Universitas.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan, sebagai pimpinan dan bertanggung jawab di Fakultas.
3. Ibu Tina Sulistiyani, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan, serta selaku Dosen Pembimbing Akademik yang memberikan bimbingan dan bantuan selama menempuh pendidikan di Universitas.

4. Ibu Salamaton Asakdiyah, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sangat berjasa dalam proses pembuatan skripsi penulis dalam memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta kesabaran sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
5. Jodoh penulis kelak kamu adalah salah satu alasan penulis menyelesaikan skripsi ini. Meskipun saat ini penulis tidak tau keberadaanmu entah dibumi bagian mana dan menggenggam tangan siapa. Seperti kata Bj. Habibie “Kalau memang dia dilahirkan untuk saya, kamu junkir balik pun saya yang dapat”.

Dalam penulisan skripsi ini, saya sadari masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangannya. Maka dari itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat dibutuhkan. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bisa bermanfaat untuk semua pihak.

Yogyakarta, 28 Juni 2023

Yang Menyatakan



Dinda Lastari

1900011039

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES.....	viii
MOTTO.....	ix
PERSEMBAHAN .....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
ABSTRAK .....	xviii
ABSTRACT .....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
A. <i>Brand Image</i> .....	10
B. <i>Customer Experience</i> .....	13
C. <i>Customer Value</i> .....	18
D. <i>Customer Loyalty</i> .....	21
E. Pengembangan Hipotesis.....	23
F. Model Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN .....	27
A. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	27
B. Jenis dan Sumber Data .....	29
C. Teknik Pengumpulan Data .....	29
D. Definisi Operasional Variabel .....	29

E. Skala Pengukuran Variabel .....	32
F. Uji Instrumen.....	32
G. Teknik Analisis Data .....	33
H. Uji Hipotesisi.....	34
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	37
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	37
B. Deskripsi Perusahaan.....	38
C. Visi dan Misi Perusahaan .....	38
BAB V ANALISIS DATA.....	39
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	39
B. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
C. Analisis Data .....	51
D. Pembahasan .....	57
BAB VI PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran Penelitian .....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN .....	68

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 10 Negara Dengan Konsumsi Mie Instan Terbesar Pada 2021 .....	2
Gambar 2 1 Model Penelitian.....	26

## DAFTAR TABEL

Tabel 5 1 Skala Likert .....	39
Tabel 5 2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 5 3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	40
Tabel 5 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	41
Tabel 5 5 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 5 6 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	42
Tabel 5 7 Distribusi Responden Berdasarkan Pembelian Dalam 1 Bulan .....	42
Tabel 5 8 Skor Responden Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	43
Tabel 5 9 Skor Responden Variabel <i>Brand Image</i> .....	45
Tabel 5 10 Skor Responden Variabel <i>Customer Experience</i> .....	46
Tabel 5 11 Skor Responden Variabel <i>Customer Value</i> .....	48
Tabel 5 12 Hasil Uji Validitas Semua Variabel .....	49
Tabel 5 13 Hasil Uji Reliabilitas Semua Variabel.....	51
Tabel 5 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	51
Tabel 5 15 Hasil Uji T (Parsial) .....	54
Tabel 5 16 Hasil Uji F (Simultan) .....	56
Tabel 5 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	57



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN .....	68
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA PENELITIAN .....	73
LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	82
LAMPIRAN 4 UJI HIPOTESIS .....	86

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Customer Experience*, dan *Customer Value* Terhadap *Customer Loyalty* pada Pelanggan Mie Gacoan Taman Siswa di Yogyakarta. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Dengan sampel sebanyak 153 responden yang merupakan pelanggan Mie Gacoan Taman Siswa di Yogyakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (*google formulir*) yang diuji dengan validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, uji T, uji F dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *Brand Image* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Customer Loyalty*, *Customer Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*, dan *Customer Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Serta secara simultan *Brand Image*, *Customer Experience*, dan *Customer Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan Mie Gacoan Taman Siswa di Yogyakarta. Saran bagi yang ingin melakukan penelitian dengan judul yang sama, diharapkan dapat menambah variabel baru dan memperluas materi yang ingin disampaikan.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, *Customer Experience*, *Customer Value*, *Customer Loyalty*.

## ABSTRACT

*This research aims to determine the effect of Brand Image, Customer Experience, and Customer Value on Customer Loyalty on Mie Gacoan Taman Siswa in Yogyakarta. In this study, using a type of quantitative research. The sampling technique in this research is non-probability sampling with purposive sampling procedure. By taking a sample of 153 respondents, which are customers of Mie Gacoan Taman Siswa in Yogyakarta. Data collection techniques used questionnaires (google forms) that are tested for validity and reliability. Data analysis techniques used multiple linear regression, t test, F test and determination coefficients.*

*The results of this study indicate that partially Brand Image does not have positive and not significant effect on Customer Loyalty, Customer Experience has a positive and significant effect on Customer Loyalty, and Customer Value has a positive and significant effect on Customer Loyalty. As well as simultaneously Brand Image, Customer Experience, and Customer Value have a positive and significant effect on Customer Loyalty on customers Mie Gacoan Taman Siswa in Yogyakarta. Suggestions for those who wish to conduct research with the same title are expected to be able to add new variables and expand the material to be conveyed.*

**Keywords:** *Brand Image, Customer Experience, Customer Value, Customer Loyalty.*