ABSTRAK

Konsumen sepatu di Jakarta dihadapkan dengan berbagai pilihan dan alasan untuk memilih produk sepatu yang tepat sesuai dengan pilihan. Diketahui pengalaman merek yang rendah yang menyebabkan loyalitas pada produk sepatu Converse. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman produk dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada sepatu merek Converse. Sampel Penelitian yang digunakan sebanyak 190 responden meliputi pengguna sepatu Converse di RW 02 Pesanggrahan dengan menggunakan metode sampel non probability sampling dengan teknik convenience sampling dengan pendekatan metode kuantitatif untuk menguji hipotesis dengan menggunakan Structural Equation Models (SEM).Berdasarkan analisis data penelitian dengan menggunakan SEM dan dilakukan pembahasan maka hasil analisis dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Pengaruh brand experience terhadap kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan. Artinya, semakin tinggi brand experience konsumen sepatu merek Converse maka akan semakin tinggi kepuasan konsumennya. (2) Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen berpengaruh positif dan signifikan. Artinya, semakin tinggi kepuasan konsumen sepatu merek Converse maka akan semakin tinggi loyalitas konsumennya. (3) Pengaruh brand experience terhadap loyalitas konsumen berpengaruh positif dan signifikan. Artinya, semakin tinggi pengalaman yang dimilki konsumen terhadap sepatu merek Converse maka akan semakin tinggi loyalitas konsumennya. (4) Pengaruh brand experience terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan. Artinya, semakin baik pengalaman dan kepuasan yang dimiliki konsumen terhadap sepatu merek Converse maka semakin tinggi tingkat loyalitas konsumennya.

Kata kunci : *brand experience,* kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.