

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh Brand Experince Terhadap Customer Loyalty. Penelitian ini dilator belakang oleh kenyataan bahwa pengalaman persepsi konsumen terhadap Brand Sang Pisang mempengaruhi loyalitas konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode empiris dengan pendekatan kausal deskriptif dan verifikatif, karena ada variabel yang akan dijelaskan dan dianalisa seberapa besar pengaruh dari variabel tersebut. Pengumpulan data dilakukan malalui penyebaran kuisisioner yang telah diuji validitas serta reliabilitasnya. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Sang Pisang dengan jumlah sampel 100 responden. Analisa data statistik menggunakan analisi regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand experience berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty. Semakin baik brand experience maka akan semakin tinggi tingkat customer loyalty. Besarnya pengaruh brand experience terhadap customer loyalty adalah sebesar 72,4%.

Kata kunci: *Brand Experince, Customer Loyalty*