

ABSTRAK

Salah satu aspek menarik dalam dunia lari di Indonesia, terutama di Jakarta, adalah perkembangan sepatu lari merek lokal yang memiliki kualitas hamper sebanding dengan sepatu lari merek internasional. Dengan minat yang tinggi dari penggemar olahraga lari di Jakarta, hal ini mendorong peneliti untuk menyelidiki lebih lanjut mengenai loyalitas konsumen terhadap sepatu lokal, khususnya sepatu Ortuseight. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan terhadap sepatu lari merek Ortuseight.

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner daring yang diisi oleh 133 anggota komunitas lari di Jakarta. Analisis menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan terhadap sepatu lari merek lokal, yaitu Ortuseight

Kata Kunci: kualitas produk, citra merek, kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, Ortuseight Running, sepatu lari lokal.