

ABSTRAK

**Latifa Putri Anggina
(2017/17059241)** : **Pengaruh *Brand Personality* Terhadap *Brand Loyalty* pada Sepatu Merek Converse dengan *Brand Love* sebagai Variabel Mediasi pada Generasi Z di Kota Padang**

Dosen Pembimbing : **Dina Patrisia, SE, M.Si. Ak, Ph.D**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) Pengaruh *sincerity* terhadap *brand loyalty* pada pengguna sepatu merek Converse. (2) Pengaruh *excitement* terhadap *brand loyalty* pada pengguna sepatu merek Converse (3) Pengaruh *sincerity* terhadap *brand love* pada pengguna sepatu merek Converse. (4) Pengaruh *excitement* terhadap *brand love* pada pengguna sepatu merek Converse. (5) Pengaruh *brand love* terhadap *brand loyalty* pada pengguna sepatu merek Converse. (6) Pengaruh *sincerity* terhadap *brand loyalty* yang dimediasi oleh *brand love* pada pengguna sepatu merek Converse. (7) Pengaruh *excitement* terhadap *brand loyalty* yang dimediasi oleh *brand love* pada pengguna sepatu merek Converse. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh generasi z pengguna sepatu merek Converse dan sampel pada penelitian ini adalah pengguna sepatu merek Converse yang sudah menggunakan sepatu merek Converse lebih dari satu kali. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 260 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online dan pengolahan data dilakukan melalui SmartPLS software. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa. (1) *Sincerity* tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap *brand loyalty* pada pengguna sepatu merek Converse. (2) *Excitement* tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap *brand loyalty* pada pengguna sepatu merek Converse. (3) *Sincerity* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada pengguna sepatu merek Converse. (4) *Excitement* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada pengguna sepatu merek Converse. (5) *Brand love* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada pengguna sepatu merek Converse. (6) *Sincerity* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* melalui *brand love* sebagai variabel mediasi pada pengguna sepatu merek Converse. (7) *Excitement* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* melalui *brand love* sebagai variabel mediasi pada pengguna sepatu merek Converse.

Kata Kunci: Kepribadian merek; ketulusan; kegembiraan; cinta merek; loyalitas merek