

**THE RELATION OF BRAND IMAGE CONVERSE AND PERSONALITY
TRAITS WITH CUSTOMER LOYALTY ON STUDENT OF MERCU
BUANA UNIVERSITY**

Fernando Aldi Hendrayana

ABSTRACT

This research aims to knowledge the relation of brand image converse and personality traits with costumer loyalty on student of Mercu Buana University in Jakarta. The method used in this study is quantitative that used questionnaire as data collection tecnique with 400 respondents among Converse shoes users. Technique analysis data to test the hypothesis were using correlation test with Brand Image variabel (X1), Personality Traits Extraversion (X2) and Customer Loyalty (Y). This research shows there is significant relation between Brand Image and Customer Loyalty with coefficient correlation value 0.656 and significant value 0.000 ($p < 0.05$). However there is no significant relation between Personality Traits (Ekstraversion) and Costumer Loyalty with coefficient correlation value 0.144 and significant value 0.023 ($p > 0.05$).

Key Word : Brand Image, Personality Traits, Costumer Loyalty

**HUBUNGAN *BRAND IMAGE* CONVERSE DAN
PERSONALITY TRAITS DENGAN LOYALITAS KONSUMEN
PADA MAHASISWA/I MERCU BUANA JAKARTA**

Fernando Aldi Hendrayana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Brand Image Converse dan Personality Traits dengan Loyalitas Konsumen pada mahasiswa/i Mercu Buana Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Dengan jumlah sampel 400 responden pengguna sepatu Converse. Teknik analisa data untuk menguji hipotesis menggunakan uji korelasi dengan menggunakan Variabel *Brand Image* (X1), *Personality Traits Extraversion* (X2) dan Loyalitas Konsumen (Y). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara *Brand Image* dengan Loyalitas Konsumen dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.656 dan nilai signifikansi 0.000 ($p < 0.05$). Akan tetapi tidak adanya hubungan yang signifikan antara *Personality Traits (extraversion)* dengan Loyalitas Konsumen dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.114 dan nilai signifikansi 0.023 ($p > 0.05$).

Kata kunci: *Brand Image* (Citra Merek), *Personality Traits (Extraversion)*, Loyalitas Konsumen.