ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dimensi *Responsibility, Agility, Courage, Simplicity,* dan *Emotionaly* pada *Brand Personality* memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna aplikasi Livin' by Mandiri pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Data didapatkan dari 241 responden yang merupakan nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP The Flavor Bliss Alam Sutera.

Hasil menunjukan bahwa dari 5 variabel terdapat 3 variabel yang memberikan pengaruh positif dan 2 variabel lainnya tidak memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Variabel *responsibility*, variabel *Courage* dan variabel *Emotionaly* memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, sedangkan variabel *agility* dan variabel *simplicity* tidak memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the dimension of Responsibility, Agility, Courage, Simplicity, and Emotionaly on Brand Personality which have a significant influence on customer loyalty using Livin' by Mandiri application at PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Data obtained from 241 respondents who are customers of PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP The Flavor Bliss Alam Sutera.

The results show that from 5 variables there are 3 of them that give a positive influence and 2 others variables do not have an effect on customer loyalty. The Responsibility variable, Courage variable, and Emotionaly variable have a positif influence on customer loyalty, while the agility variable and simplicity variable have no effect on customer loyalty.

Keywoard: Brand Personality, Loyalty.

Pengaruh Brand Personality..., Cecilia Malona Bucihaly Tampubolon, Ma.-IBS, 2023