

ABSTRAK

Helen Florensia Eddy (01011180139)

“PENGARUH EKUITAS MEREK BERBASIS PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK DOMPET DIGITAL GO-PAY”

(108 halaman; 4 gambar; 27 tabel)

Penggunaan dompet digital semakin berkembang seiring dengan berkembangnya transaksi non-tunai. Dompet digital merupakan produk teknologi finansial dengan pertumbuhan tercepat di Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Salah satu merek dompet digital terbesar di Indonesia adalah GO-PAY. Penelitian ini akan menjabarkan dimensi-dimensi dari ekuitas merek berbasis pelanggan yang akan menjadi variabel yang memengaruhi loyalitas merek dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Dimensi ekuitas merek berbasis pelanggan terdiri dari kualitas yang dirasakan, nilai biaya yang dirasakan, identifikasi merek, kepercayaan, dan keselarasan gaya hidup. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 250 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala pengukuran yaitu skala likert. Data yang telah terkumpul kemudian diuji menggunakan program SmartPLS 3.0. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa nilai biaya yang dirasakan, identifikasi merek, kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas merek. Sedangkan, terdapat dua hipotesis yang tidak didukung, yaitu kualitas yang dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, serta keselarasan gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Referensi: 2000-2021

Kata Kunci: kualitas yang dirasakan, nilai biaya yang dirasakan, identifikasi merek, kepercayaan, keselarasan gaya hidup, kepuasan pelanggan, loyalitas merek.