

ABSTRAK

Kemajuan ilmu pengetahuan tak dapat dipungkiri semakin berkembang dari hari kehari hal itu juga terjadi pada sektor keuangan, dibuktikan dengan adanya sistem pembayaran online atau dompet digital seperti DANA, OVO dan lain sebagainya. Kepercayaan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap merek tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Equity*, *Brand Experience*, *Brand Reputation*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty* melalui perantara variabel *Brand Trust* pada penggunaan *e-wallet* DANA di Kota Semarang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ekuitas merek, pengalaman merek, reputasi merek, dan kepuasan pelanggan sebagai variabel independen dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel dependen. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna DANA di Kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 210 responden. Metode analisis yang digunakan adalah Confirmatory Factor Analysis dan Regression Weight. Selain itu, metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan AMOS & Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* dapat ditingkatkan dengan variabel *Brand Trust* sehingga dapat meningkatkan *Brand Loyalty* dari pengguna *e-wallet* DANA.

Kata Kunci: *Brand Reputation*, *Customer Satisfaction*, *Brand Loyalty*, *Brand Trust*