

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel pengalaman merek terhadap loyalitas merek melalui resonansi merek dan reputasi merek sebagai variabel intervening pada Pengguna aplikasi E-Wallet DANA di Kota Semarang. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna aplikasi DANA yang pernah bertransaksi menggunakan aplikasi tersebut dan berdomisili di Kota Semarang, Jawa Tengah. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Pada penelitian ini data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terhadap sampel yang dipilih melalui teknik non-probability sampling dengan metode pengambilan sampel purposive sampling. Pengukuran dalam kuesioner menggunakan Skala Likert. Lima hipotesis diuji menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang diestimasi dengan bantuan software komputer berupa program SPSS versi 25.

Hasil analisis dari penelitian ini menghasilkan bahwa pengalaman merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap resonansi merek, pengalaman merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi merek, pengalaman merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek, resonansi merek memediasi pengaruh pengalaman merek terhadap loyalitas merek serta reputasi merek memediasi pengaruh pengalaman merek terhadap loyalitas merek.

Kata kunci : pengalaman merek, loyalitas merek, resonansi merek dan reputasi merek.