

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PENGGUNA APLIKASI
E-WALLET DANA PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS NASIONAL**

TUGAS AKHIR

MUHAMMAD TRI ILHAM MAULANA PUTRA

223402516024



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS NASIONAL**

2026

**Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap
Brand Loyalty pengguna aplikasi *E-Wallet* DANA pada mahasiswa
Universitas Nasional**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh:

MUHAMMAD TRI ILHAM MAULANA PUTRA

223402516024



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS NASIONAL**

2026

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *BRAND LOYALTY* PENGGUNA APLIKASI *E-WALLET* DANA
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 13 Februari 2026



Muhammad Tri Ilham Maulana Putra

NPM : 223402516024

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
PENGGUNA APLIKASI *E-WALLET*
DANA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
NASIONAL**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Tri Ilham Maulana Putra**
Nomor Pokok : **223402516024**
Program Studi : **Manajemen**



Jakarta, 13 Februari 2026

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PENGGUNA APLIKASI *E-WALLET* DANA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Tri Ilham Maulana Putra**

Nomor Pokok : **223402516024**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Nasional

Menyetujui

Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr.)

Ketua/Penguji

Anggota/Penguji

(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

(Santi Retno Sari, S.E., M.Si.)

Mengetahui

Dekan.



(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta , 2 Maret 2025

Tanggal Lulus : 2 Maret 2026

ABSTRAK**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP *BRAND LOYALTY* PENGGUNA APLIKASI *E-WALLET*
DANA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

Oleh:

Muhammad Tri Ilham Maulana Putra

NPM: 223402516024

Tugas Akhir, di bawah bimbingan Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* pengguna aplikasi *E-Wallet* DANA pada mahasiswa Universitas Nasional. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 99 responden yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Nasional dan pengguna aplikasi *E-Wallet* DANA. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 31, dengan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty*, *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty*, *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty*. Secara simultan, *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Loyalty*. Hasil ini menunjukkan bahwa kesadaran merek, citra merek dan kepercayaan merek yang kuat mampu meningkatkan loyalitas pengguna aplikasi *E-Wallet* DANA

Kata Kunci: *Brand Awareness*, *Brand Image*, *Brand Trust*, *Brand Loyalty*, *E-Wallet* DANA

ABSTRACT**THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, AND
BRAND TRUST ON BRAND LOYALTY OF DANA E-WALLET
APPLICATION USERS AT UNIVERSITAS NASIONAL**

By:

Muhammad Tri Ilham Putra

Student ID: 223402516024

Under the supervision of Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr

This study aims to analyze the influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty of DANA E-Wallet application users at Universitas Nasional. This research employed a quantitative method using primary data collected through questionnaires distributed to 99 active students of Universitas Nasional who use the DANA E-Wallet application. The data were analyzed using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) version 31 with multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that Brand awareness has a positive and significant effect on brand loyalty, brand image has a positive and significant effect on brand loyalty, and brand trust has a positive and significant effect on brand loyalty. Simultaneously, brand awareness, brand image, and brand trust have a significant effect on brand loyalty. These results indicate that strong brand awareness, brand image, and brand trust can increase user loyalty in the DANA e-wallet application.

Keywords: *Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust, Brand Loyalty, DANA E-Wallet*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Brand Image* terhadap *Brand Loyalty* Pengguna Aplikasi *E-Wallet* DANA pada Mahasiswa Universitas Nasional” dengan baik dan lancar.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional. Penulis menyadari bahwa tersusunnya Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan tulus, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Nasional serta menyediakan lingkungan akademik yang kondusif sehingga penulis dapat menimba ilmu dan mengembangkan diri hingga tahap penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, yang telah memimpin fakultas dengan penuh dedikasi serta memberikan dukungan dan fasilitas yang menunjang proses pembelajaran penulis selama menempuh pendidikan.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, yang telah membantu dalam penyelenggaraan kegiatan akademik serta memberikan dukungan kepada mahasiswa sehingga proses perkuliahan dapat berjalan dengan baik.
4. Ibu Dr. Resti Hardani, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, yang telah memberikan arahan, dukungan, serta motivasi kepada penulis selama menjalani proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ir. Tri Waluyo, M.Agr., selaku Dosen Pembimbing yang sangat penulis hormati, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan

penuh kesabaran untuk memberikan bimbingan, arahan, kritik, dan saran yang sangat berarti, sehingga penulis dapat menyempurnakan skripsi ini dan menyelesaikannya dengan baik.

6. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Nasional, yang telah membantu dalam proses administrasi akademik serta memberikan dukungan kepada penulis selama menjalani proses perkuliahan.
7. Ibu Dr. Resti Hardani, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan bimbingan, perhatian, serta arahan kepada penulis selama masa perkuliahan, sehingga penulis dapat menjalani proses akademik dengan baik dan terarah.
8. Seluruh Dosen Universitas Nasional, khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah dengan tulus dan penuh dedikasi memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta wawasan yang sangat berharga kepada penulis, sehingga penulis dapat tumbuh dan berkembang secara akademik maupun pribadi.
9. Seluruh Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, yang telah memberikan pelayanan, bantuan, serta kemudahan dalam berbagai urusan administrasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan seluruh proses akademik dengan lancar.
10. Kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah memberikan rahmat, kesehatan, kekuatan, serta kesempatan kepada penulis, sehingga penulis mampu melewati setiap proses, tantangan, dan hambatan dalam penyusunan skripsi ini hingga akhirnya dapat terselesaikan dengan baik.
11. Kedua orang tua tercinta, Bapak Djoko Santoso dan Ibu Yulianti, serta kakak penulis Maulidina Dwi Rizki Widiastuti, yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan, pengorbanan, serta semangat yang tiada henti kepada penulis, sehingga penulis dapat terus berjuang dan menyelesaikan pendidikan ini dengan penuh rasa syukur dan bangga.
12. Teman-teman rumah, yaitu Indra, Nabel, Ichal, Fajar, Fikri, Ridho, Danu, Hafiz, Abil, Amar, Alex, dan Rafa, yang telah memberikan kebersamaan, dukungan, serta keceriaan yang menjadi penyemangat bagi penulis selama

proses penyusunan skripsi ini, serta menjadi tempat berbagi cerita, tawa, dan semangat dalam setiap keadaan.

13. Teman-teman JAMBU BOYS, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, serta semangat kepada penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan skripsi ini, sehingga penulis tidak merasa sendiri dalam proses perjuangan ini.
14. Teman-teman bimbingan, yaitu Adistia, April, Labib, Fikri, dan Aripul, yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta kerja sama yang baik, saling berbagi informasi, dan saling menyemangati hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan memperoleh persetujuan dengan baik.

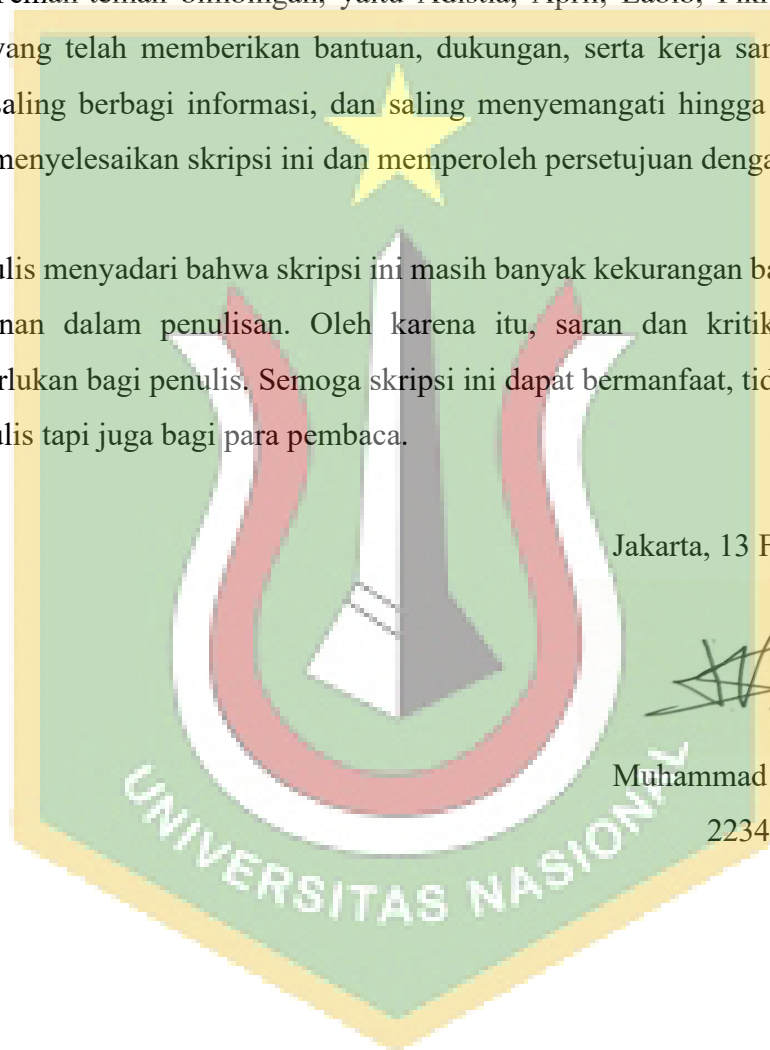
Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunan dalam penulisan. Oleh karena itu, saran dan kritiknya sangat diperlukan bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis tapi juga bagi para pembaca.

Jakarta, 13 Februari 2026



Muhammad Tri Ilham M.P

223402516024



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....,,,,,	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....,,,,,	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Manajemen Pemasaran	12
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2. Tujuan Manajemen Pemasaran	12
3. Fungsi Manajemen Pemasaran	13
B. Pemasaran	14
1. Pengertian Pemasaran.....	14
2. Konsep-Konsep Pemasaran	15
3. Fungsi Pemasaran.....	16
C. <i>Brand Loyalty</i>	18
1. Pengertian <i>Brand Loyalty</i>	18
2. Faktor-Faktor <i>Brand Loyalty</i>	19
3. Indikator <i>Brand Loyalty</i>	20
D. <i>Brand Awareness</i>	21
1. Pengertian <i>Brand Awareness</i>	21

2. Faktor Faktor <i>Brand Awareness</i>	22
3. Indikator <i>Brand Awareness</i>	23
E. <i>Brand Image</i>	25
1. Pengertian <i>Brand Image</i>	25
2. Faktor Faktor <i>Brand Image</i>	25
3. Indikator <i>Brand Image</i>	26
F. <i>Brand Trust</i>	26
1. Pengertian <i>Brand Trust</i>	26
2. Faktot Faktor <i>Brand Trust</i>	27
3. Indikator <i>Brand Trust</i>	28
G. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	28
1. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	29
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	30
3. Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	31
4. Pengaruh <i>Brand Awareness, Brand Image</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	33
H. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian	35
I. Kerangka Analisis	38
J. Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Objek Penelitian	40
B. Data Penlitian	40
1. Sumber Data dan Jenis Data	41
2. Populasi dan Sampel	41
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data	43
4. Jenis Variabel yang Digunakan	44
C. Definisi Operasional	46
D. Metode Analisis Hipotesis	48
1. Metode Analisis Deskriptif	49
2. Metode Analisis Inferensial	49
3. Analisis Regresi Linier Berganda	49
4. Uji Instrumen	50
5. Uji Asumsi Klasik	50
6. Uji Kelayakan Model	51

E. Uji Hipotesis.....	51
1. Uji t.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Hasil Penelitian.....	53
1. Deskriptif Data Penelitian.....	53
2. Karakteristik Responden.....	54
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	59
B. Pembahasan.....	73
1. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> pengguna aplikasi <i>E-Wallet</i> DANA pada Mahasiswa Universitas Nasional	73
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> pengguna aplikasi <i>E-Wallet</i> DANA pada Mahasiswa Universitas Nasional.....	74
3. Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> pengguna aplikasi <i>E-Wallet</i> DANA pada Mahasiswa Universitas Nasional.....	75
BAB V KESIMPULAN.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Pra Survei Pengguna aplikasi <i>E-Wallet</i> DANA.....	4
Tabel 2.1	Rujukan Penelitian.....	35
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	46
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	53
Tabel 4.2	Usia Responden.....	54
Tabel 4.3	Fakultas Responden.....	55
Tabel 4.4	Average total Mean <i>Brand Awareness</i>	57
Tabel 4.5	Average total Mean <i>Brand Image</i>	58
Tabel 4.6	Average total Mean <i>Brand Trust</i>	60
Tabel 4.7	Average total Mean <i>Brand Loyalty</i>	61
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 4.9	Hasil Uji Realibilitas.....	64
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.12	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	67
Tabel 4.13	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	68
Tabel 4.14	Hasil Uji F.....	69
Tabel 4.15	Hasil Uji Determinasi (R^2).....	70
Tabel 4.16	Hasil Uji Hipotesis (T).....	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kepemilikan Platform Jenis Fintech.....	2
Gambar 1.2	Tingkat Penggunaan Dompot Digital Di Indonesia.....	3
Gambar 1.3	Hasil Pra Survei pengguna aplikasi <i>E-Wallet</i> DANA.....	4
Gambar 2.1	Kerangka Analisis.....	38
Gambar 4.1	Diagram Persentase Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Gambar 4.2	Diagram Persentase Karakteristik Berdasarkan Usia.....	55
Gambar 4.3	Diagram Persentase Karakteristik Berdasarkan Fakultas.....	56

