

## ABSTRAK

Jumlah pengguna *E-Money* sejak tahun 2009 terus mengalami peningkatan. Begitu pula dengan TCASH yang mengalami peningkatan jumlah pengguna. Namun, pertumbuhan jumlah pengguna TCASH di Regional Jawa Barat terutama di Kota Bandung tidak sejalan dengan jumlah pengguna aktif TCASH. Hal tersebut menunjukkan kecilnya tingkat loyalitas dari konsumen TCASH di Jawa Barat.

Penelitian ini menggunakan SEM-PLS yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *Perceived E-Service Quality, Trust, Satisfaction, Loyalty* terhadap *Brand Equity* pada produk TCASH. Penelitian ini dilakukan pada pengguna aktif produk TCASH di Kota Bandung. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh *Perceived E-Service Quality* yang terdiri dari *Delivery Quality* dan *Outcome Quality* terhadap *Trust* dan *Satisfaction* pada TCASH, mengetahui pengaruh *trust* dan *satisfaction* terhadap *loyalty*, serta mengetahui apakah ada pengaruh antara *Loyalty* terhadap *Brand Equity, Trust* dan *Satisfaction*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data dengan mengumpulkan kuesioner yang disebar di wilayah Kota Bandung. Selain itu penelitian ini mempunyai jumlah sampel sebanyak 400 responden dengan menggunakan metode *sampling non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. Pada penelitian ini menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan 35 butir pernyataan kuesioner untuk 6 variabel. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 3.0.

Berdasarkan evaluasi pengaruh antar variabel, diperoleh *Delivery Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Trust, Outcome Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction, Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Loyalty, Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Loyalty, Loyalty* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Brand Equity, Trust* dan *Satisfaction*.

Berdasarkan hasil penelitian ini untuk meningkatkan tingkat *Loyalty*, sebaiknya PT Telkomsel berfokus pada peningkatan kepuasan konsumen terhadap layanan TCASH dibandingkan meningkatkan kepercayaan konsumen, yaitu dengan cara meningkatkan kepedulian konsumen terhadap layanan TCASH.

**Kata kunci :** *Brand Equity, Loyalty, Perceived E-Service Quality, Satisfaction, Trust*