ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi di Indonesia, banyak perusahaan-perusahaan baik swasta hingga BUMN yang memanfaatkan teknologi dengan mengenalkan produk-produk teknologinya, salah satunya pada bidang keuangan. Dengan adanya teknologi perusahaan memanfaatkan membuat produk *finansial technology* (*FinTech*). Namun, dengan banyaknya perusahaan *FinTech* maka masing-masing harus memperkuat ekuitas mereknya guna meyakinkan masyarakat untuk menggunakan produk *FinTech*nya tersebut. Ekuitas merek yang harus diperkuat perusahaan terdapat empat kategori, yaitu kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek.

Dengan demikian penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat ekuitas merek pada produk *FinTech* LinkAja dengan menggunakan Analisis Faktor melalui Software AMOS. Penelitian ini dapat berguna untuk memberikan masukan untuk memperkuat ekuitas merek dari produk LinkAja.

Metode pengumpulan data didapat dari penyebaran kuesioner kepada 400 responden, dengan menggunakan teknik *simple random sampling.* Yang kemudia data akan dianalisis menggunakan Software AMOS.

Kata Kunci : Ekuitas Merek, Analisis Faktor menggunakan AMOS, *FinTech*, Keputusan Penggunaan