

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality*, *brand image*, dan *social media marketing* terhadap loyalitas pengguna dompet digital DANA pada mahasiswa Universitas Telkom Bandung. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana *e-service quality*, *brand image*, dan *social media marketing* baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pengguna dompet digital DANA pada mahasiswa Universitas Telkom Bandung, serta menganalisis pengaruh variabel mediasi.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Jumlah sampel sebanyak 97 orang mahasiswa. Teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis jalur untuk menguji pengaruh variabel mediasi.

Berdasarkan hasil penelitian *e-service quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, dan *social media marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Secara simultan variabel *e-service quality*, *brand image*, dan *social media marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Kesimpulan penelitian ini, variabel *e-service quality* dan *brand image* di pengguna dompet digital DANA pada mahasiswa Universitas Telkom Bandung sudah masuk kategori sangat baik. Sementara variabel *social media marketing* tergolong dalam kategori baik. Oleh karena itu, DANA dapat meningkatkan *social media marketing* dan mempertahankan *e-service quality* dan *brand image* yang sudah sangat baik.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, *Brand Image*, *Social Media Marketing*, dan Loyalitas