

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PEMBAYARAN  
DIGITAL TERHADAP MEREK YANG DIMEDIASI OLEH LOYALITAS  
PADA RITEL DI INDOMARET YOGYAKARTA**

**Nabila Adik Ramadhany, Drs. R. Hendri Gusaptono, M.M. **

**Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional Veteran  
Yogyakarta**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan pelanggan dan kepuasan pembayaran digital terhadap ekuitas merek, dengan loyalitas pelanggan sebagai variabel mediasi. Penelitian dilakukan pada 200 pelanggan Indomaret di Yogyakarta yang menggunakan layanan digital dalam tiga bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan metode Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan ekuitas merek. Loyalitas terbukti memediasi sebagian hubungan antara kepercayaan dan kepuasan terhadap ekuitas merek.

**Kata Kunci:** *Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pembayaran Digital, Loyalitas Pelanggan, Ekuitas Merek.*