

ABSTRAK

PENGARUH *SUSTAINABLE BRAND EQUITY, ENGAGEMENT, VALUE* DAN *USER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei Pada Pengguna *Platform* Pembayaran Digital di Priangan Timur)

Oleh

**Megi Elgie Rahayu
238334040**

**Pembimbing I : Deden Mulyana
Pembimbing II: Yusuf Abdullah**

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *Sustainable Brand Equity, Engagement, Value* dan *User Experience* secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pengguna *Platform* pembayaran digital di Priangan Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini survei dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Anggota sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 384 responden yang tersebar pada enam wilayah penelitian, maka masing-masing wilayah memperoleh alokasi responden dengan penentuan *equal proportional allocation*. Analisis data menggunakan analisis jalur menemukan bahwa *Sustainable Brand Equity, User Engagement, User Value, User Experience* secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna *Platform* pembayaran digital di Priangan Timur. Hasil penelitian ini berimplikasi penyedia *platform* pembayaran digital di Priangan Timur perlu secara strategis memperkuat *sustainable brand equity*, meningkatkan *engagement*, *menciptakan value* yang unggul, dan mengoptimalkan *user experience* guna meningkatkan kepuasan pengguna secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Engagement, Kepuasan Konsumen, Sustainable Brand Equity, User Experience, Value.*