

ABSTRAK

TPAY (TIMOR PAY) adalah aplikasi e-finance digital yang mudah dan aman, cukup dengan mengisi saldo, pengguna dapat menjalankan berbagai kebutuhan dalam transaksi pembayaran. Adapun transaksi yang dapat dilakukan pada aplikasi TPAY seperti pembelian/pembayaran, transfer dana, beli pulsa dan masih banyak lagi. TPAY dapat di unduh melalui Android dan IOS dengan registrasi akun TPAY menggunakan nomor ponsel yang di Timor-Leste.

Pada Penelitian ini yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap Loyalitas pelanggan TPAY. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Untuk pengambilan sampel menggunakan teknik sampel *non-probability* sampling dengan jenis *accidental* sampling yang dimana pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel, dengan sebanyak 96 responden yang kemudian data diolah menggunakan *software* SPSS. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana yang dilakukan untuk menganalisis data. Untuk mengetahui adalah pengaruh *brand image* terhadap Loyalitas pelanggan dilakukan uji hipotesis, H_0 ditolak dan H_a diterima maka hasil perhitungan uji t diperoleh sebesar $t_{hitung} (10.940) \geq t_{tabel} (1,880)$ dengan nilai signifikan $0,000 \leq 0,05$. Dengan ini dapat diartikan bahwa adanya pengaruh *brand image* terhadap Loyalitas pelanggan TPAY.

Kata Kunci: *Elektronik Wallet, Brand Image, Loyalitas pelanggan, TPAY.*