

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat keberlanjutan pengguna aplikasi LinkAja di Kota Bandung. Adapun faktor-faktor tersebut seperti *e-service quality*, *customer satisfaction*, *perceived trust*, *perceived risk*, *convenience*, *social value*, *attitude*, dan *effort expectancy*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, melalui pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* kepada masyarakat yang berdomisili di Kota Bandung sebanyak 260 responden. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), yaitu *Partial Least Square* (PLS) dengan software SmartPLS v.3.2.9. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, hasil temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived trust* dan *convenience* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*. Namun, *social value* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*. Kemudian, *customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *attitude*. Selain itu, *e-service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived trust*, *customer satisfaction*, *continuance intention*, *attitude*, dan *effort expectancy* pengguna aplikasi LinkAja di Kota Bandung. Faktor *attitude* berpengaruh positif signifikan terhadap *continuance intention*, lalu *perceived risk* tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap *continuance intention*. *Effort expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap *continuance intention* pada pengguna aplikasi LinkAja di Kota Bandung. Kemudian, *perceived trust* dapat memediasi *e-service quality* dengan *customer satisfaction*. *Customer satisfaction* dapat memediasi *perceived trust* dengan *attitude*. *Attitude* dapat memediasi *customer satisfaction* dengan *continuance intention* dan *effort expectancy* dapat memediasi *e-service quality* dengan *continuance intention*. Penelitian ini merekomendasikan kepada pihak penyedia layanan aplikasi LinkAja untuk mempertahankan kualitas pelayanan dan menciptakan keunggulan kompetitif dalam kualitas pelayanan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan niat keberlanjutan pengguna aplikasi LinkAja di Kota Bandung.

Kata Kunci: *e-service quality*, *mobile payment*, *customer satisfaction*, *continuance intention*