ABSTRAK

Kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan kepuasan tertinggi dari konsumen sehingga tercipta ikatan emosional loyalitas konsumen terhadap suatu produk. LinkAja sebagai pelopor *e-wallet* Indonesia memiliki fenomena yang menarik untuk dicermati, mengingat banyaknya keluhan seputar akses login aplikasi yang gagal, fitur yang sulit digunakan, kesulitan dalam meng-*upgrade* layanan penuh, hingga *customer service* yang seharusnya bisa membantu permasalahan pengguna dirasa kurang membantu. Dengan demikian, pengguna merasa ditinggalkan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel *e-service quality*, *e-customer satisfaction*, *e-customer loyalty* terhadap pengguna aplikasi LinkAja di Indonesia.

Jenis metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kausal dengan pendekatan kuantitatif menggunakan *purposive sampling* yang diberikan kepada 108 responden serta menggunakan model persamaan struktural (SEM). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* kemudian diolah menggunakan software SmartPLS 3.0.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa *e-service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction*, *e-customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty*, *e-service quality* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *e-customer loyalty* dan *e-service quality* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction*. Untuk itu, LinkAja harus mempertimbangkan peningkatan *e-service quality* dan *e-customer satisfaction* karena akan mempengaruhi *e-customer loyalty*.

Kata kunci: *e-wallet, e-service quality, e-customer satisfaction, e-customer loyalty*.