Journal of Economics and Business UBS
Vol. 14 No. 4 Juli-Agustus 2025
e-ISSN: 2774-7042 p-ISSN: 2302-8025

Analisis Pengaruh *E-Service Quality*, *Perceived Risk*, *User Satisfaction* dan *E-Trust* terhadap *Continuance Intention* Pengguna Blu by BCA Digital

Fikri Bintang Hidayat[1], Hendra Achmadi[2]
Universitas Pelita Harapan, Indonesia
Email: fikrihidayat235@gmail.com, hendra.achmadi@uph.edu

Abstrak

Perbankan digital di Indonesia saat ini tumbuh cukup signifikan, sehingga banyak bank konvensional yang saat ini juga turut bertransformasi pada bank digital. Meskipun hal ini merupakan isu positif, namun banyaknya bank digital menyebabkan persaingan yang cukup kompetitif sehingga loyalitas pada pengguna bank digital perlu diperhatikan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *e-service quality*, *perceived risk*, *user satisfaction* dan *e-trust* terhadap *continuance intention* pengguna BLU by BCA Digital. Penelitian dilakukan secara kuantitatif pada 233 responden yang pernah menggunakan Bank Digital BCA (Blu). Analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah PLS-SEM. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *e-service quality* pada Blu BCA memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna dan *continuance intention*, begitu juga dengan *user satisfaction* terhadap *e-trust* dan *continuance intention*. Namun demikian, *perceived risk* dan *e-trust* tidak berpengaruh terhadap *continuance intention*. Implikasi penelitian ini memberikan masukan praktis bagi pengelola bank digital untuk fokus pada peningkatan kualitas layanan guna menjaga loyalitas pengguna dalam jangka panjang.

Kata Kunci: *E-Service Quality, Perceived Risk, User Satisfaction, E-Trust, Continuance Intention*

Abstract

Digital banking in Indonesia is currently growing quite significantly, so that many conventional banks are currently also transforming into digital banks. Although this is a positive issue, the large number of digital banks has caused quite competitive competition so that loyalty to digital bank users needs to be considered. This study aims to test the effect of e-service quality, perceived risk, user satisfaction and e-trust on the continuance intention of BLU by BCA Digital users. The study was conducted quantitatively on 233 respondents who had used BCA Digital Bank (Blu). The analysis used in this study was PLS-SEM. The results of this study indicate that e-service quality at Blu BCA has a significant effect on user satisfaction and continuance intention, as well as user satisfaction on e-trust and continuance intention. However, perceived risk and e-trust do not affect continuance intention. The implications of this research provide practical input for digital bank managers to focus on improving service quality to maintain user loyalty in the long term.

Keywords: *E-service quality, Perceived risk, User Satisfaction, E-trust, Continuance intention*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, industri layanan perbankan di Indonesia mengalami transformasi yang cukup signifikan dari sistem konvensional menuju digital. Layanan-layanan yang dahulu mengharuskan kehadiran fisik nasabah kini telah beralih ke sistem digital seperti pembukaan rekening online, transaksi melalui aplikasi mobile banking, hingga pengajuan kredit secara daring (Maulidya & Afifah, 2021). Transformasi ini merupakan respons terhadap perubahan kebutuhan dan preferensi masyarakat yang semakin mengandalkan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Kemunculan berbagai aplikasi perbankan digital menandai fase baru dalam industri keuangan yang tidak hanya meningkatkan efisiensi layanan, tetapi juga mendorong persaingan yang semakin ketat di antara pelaku industry (Adam, 2024).

Di tengah pesatnya perkembangan bank digital di Indonesia, loyalitas pengguna menjadi tantangan utama yang harus dihadapi oleh perusahaan perbankan. Berdasarkan data Ipsos, aktivitas top-up e-wallet (76%), pembayaran QRIS (71%), dan transfer antar-bank (70%) menjadi fitur utama yang dimanfaatkan pengguna digital banking (Buchori, 2025). Per Juni 2024, terdapat 18 bank digital yang beroperasi di Indonesia, dengan 10 di antaranya berasal dari transformasi bank konvensional (Rayana, 2024). Namun demikian, data Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa bank digital yang dimiliki oleh bank swasta besar seperti BCA masih menghadapi kesulitan dalam bersaing secara kompetitif. Hal ini menandakan bahwa keberhasilan tidak hanya bergantung pada kapasitas teknologi, tetapi juga pada persepsi dan pengalaman pengguna terhadap layanan yang diberikan (Anggraini et al., 2020).

Untuk memahami perilaku pengguna dalam melanjutkan penggunaan layanan digital banking, digunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori ini menyatakan bahwa niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Ajzen, 1991; Bosnjak et al., 2020). Dalam konteks layanan perbankan digital, TPB dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana persepsi risiko (*perceived risk*), kualitas layanan (*e-service quality*), kepuasan (*user satisfaction*), dan kepercayaan elektronik (*e-trust*) membentuk niat pengguna untuk melanjutkan penggunaan (*continuance intention*) (Ansori & Nugroho, 2024; Ardiyanti & Putra, 2023).

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi bahwa *continuance intention* sangat dipengaruhi oleh *e-service quality*, *user satisfaction*, *e-trust*, dan *perceived risk* (Masri et al., 2020; Soebandhi, 2017; Wijayanto & Putra, 2023). Namun demikian, hasil penelitian tersebut belum konsisten. Sebagai contoh, Chandra & Martini, (2021) menyatakan bahwa *e-service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction*, berbeda dengan Kim & Yum, (2024) serta Razak et al., (2021) yang menyatakan sebaliknya. Ketidakkonsistenan hasil ini membuka celah penelitian untuk menguji kembali hubungan-hubungan antar variabel dalam konteks pengguna Blu by BCA Digital.

Penelitian ini juga mengisi celah (gap) pada minimnya kajian yang menggabungkan keempat variabel tersebut dalam satu model integratif yang diuji secara simultan, serta

belum banyak yang mengeksplorasi *user satisfaction* dan *e-trust* sebagai variabel mediasi. Model ini merupakan modifikasi dari penelitian Kim & Yum, (2024) yang kemudian disesuaikan dengan menambahkan *perceived risk* sebagai unsur pembeda dan penyegar dalam pengembangan teori.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh *e-service quality*, *perceived risk*, *user satisfaction*, dan *e-trust* terhadap *continuance intention* pada pengguna aplikasi *Blu by BCA Digital*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi teoritis dalam mengembangkan kerangka keberlanjutan penggunaan layanan digital, sekaligus rekomendasi praktis bagi pihak bank dalam merancang strategi peningkatan loyalitas pelanggan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis studi kausalitas untuk menganalisis pengaruh *e-service quality*, *perceived risk*, *user satisfaction*, dan *e-trust* terhadap *continuance intention* pengguna layanan Blu by BCA Digital. Metode analisis yang digunakan adalah *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) yang dijalankan melalui perangkat lunak SmartPLS versi 4, karena sesuai untuk penelitian yang menguji hubungan antar variabel laten dengan indikator majemuk.

Objek dalam penelitian ini adalah *continuance intention* dari pengguna Blu by BCA Digital, dengan unit analisis berupa individu yang merupakan pengguna aplikasi tersebut. Populasi target mencakup seluruh pengguna Blu by BCA Digital yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria bahwa responden harus pernah menggunakan Blu by BCA Digital dan bertempat tinggal di Jabodetabek. Berdasarkan metode *inverse square root* dengan power sebesar 80%, signifikansi 5%, dan koefisien jalur 0,2 (Hair et al., 2022), jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah 155. Dalam praktiknya, data berhasil dikumpulkan dari 233 responden.

Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang disusun dalam format Google Form dan disebarkan pada Mei 2025. Kuesioner terdiri atas 34 butir pernyataan yang mewakili lima konstruk utama dalam penelitian, yaitu: *continuance intention* (Li & Wang, 2021), *e-trust* (Ashiq & Hussain, 2024), *user satisfaction* (Kington et al., 2012), *e-service quality* (Hidayatullah & Hidayah, 2023), dan *perceived risk* Gupta et al., (2023). Seluruh pernyataan diukur dengan skala Likert 5 poin, mulai dari "sangat tidak setuju" (1) hingga "sangat setuju" (5), dan telah disusun berdasarkan indikator yang diadaptasi dari penelitian terdahulu.

Analisis data dilakukan dalam dua tahap, yaitu analisis deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden serta kecenderungan jawaban terhadap masing-masing variabel. Selanjutnya, analisis inferensial dilakukan untuk menguji model struktural dan hubungan antar variabel menggunakan pendekatan PLS-SEM. Pengujian outer model mencakup validitas konvergen *(outer loading dan AVE),* validitas diskriminan (HTMT), serta reliabilitas

(Cronbach's alpha dan composite reliability). Sementara itu, analisis inner model mencakup uji R-square, VIF untuk kolinearitas, Q-square untuk *predictive relevance*, dan F-square untuk mengetahui besarnya efek variabel prediktor. Uji hipotesis dilakukan berdasarkan nilai path coefficient dan t-statistic, dengan signifikansi ditentukan pada α = 5% (nilai t > 1,65). Selain itu, pengujian pengaruh tidak langsung (indirect effect) juga dilakukan untuk melihat peran mediasi dari *user satisfaction* dan *e-trust* terhadap *continuance intention*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Berikut merupakan profil responden pada penelitian ini:

Tabel 1. Profil Responden

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	103	44.21%
	Perempuan	130	55.79%
Usia	18-25 tahun	135	57.94%
	26-30 tahun	68	29.18%
	31-35 tahun	24	10.30%
	Lebih dari 35 tahun	6	2.58%
Pendidikan Terakhir	Non-Sarjana	74	31.76%
	Sarjana S1	149	63.95%
	Magister S2	7	3.00%
	Diploma (D3/D4)	3	1.29%
Pekerjaan	Karyawan Swasta	109	46.78%
	Wiraswasta/punya usaha	15	6.44%
	PNS/ASN	27	11.59%
	Part Time/Influencer/Honorer	16	6.87%
	Pelajar/Mahasiswa	39	16.74%
	Profesional (Dokter, Pengacara, dsb)	19	8.15%
	Ibu rumah tangga	8	3.43%
Lama menggunakan Bank Digital BCA (Blu)	Kurang dari 1 tahun	3	1.29%
	1-3 tahun	34	14.59%
	3-5 tahun	104	44.64%
	Lebih dari 5 tahun	92	39.48%

Sumber: Data diolah

Profil responden menunjukkan dominasi kelompok perempuan (55,79%) dibandingkan laki-laki (44,21%), yang menyiratkan adanya kemungkinan kepekaan yang lebih tinggi terhadap isu-isu gender dalam penelitian ini. Mayoritas responden berada dalam rentang usia 18–25 tahun (57,92%) dengan kelompok usia 26–30 tahun sebesar 29,18%, sementara responden berusia 31 tahun ke atas sangat sedikit, yakni hanya sekitar

13% secara keseluruhan. Data ini mengindikasikan bahwa temuan penelitian cenderung mencerminkan perspektif dan preferensi generasi muda yang adaptif terhadap teknologi serta inovasi digital.

Dari sisi pendidikan, sekitar 63,09% responden adalah lulusan S1, yang menunjukkan tingkat pendidikan yang relatif tinggi dan potensi pemahaman mendalam terhadap materi penelitian. Sementara itu, keberagaman profesi tercermin dari dominasi karyawan swasta (46,75%), dengan pelajar/mahasiswa, PNS/ASN, dan profesional masing-masing menyumbang 16,71%, 11,59%, dan 8,15%. Keberadaan juga kelompok part time/influencer/honorer, wiraswasta, dan ibu rumah tangga meskipun dalam persentase kecil, menambahkan variasi pengalaman dalam konteks sosial ekonomi. Secara keseluruhan, profil responden yang didominasi oleh perempuan muda berpendidikan tinggi dengan latar belakang pekerjaan yang beragam, menyiratkan bahwa penelitian ini akan banyak merefleksikan pandangan progresif dan kecenderungan adopsi inovasi digital, meskipun representasi kelompok usia yang lebih tua masih terbatas.

Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel 2. Kriteria Kategori Jawaban Responden

Rata-rata	Kategori jawaban
1,000 – 1,800	Sangat tidak setuju
1,801 – 2,600	Tidak setuju
2,601 – 3,600	Netral
3,601 – 4,200	Setuju
4,201 – 5,000	Sangat setuju

Sumber: Hasil Olah Data (2025)

Continuance Intention

Tabel 3. Statistik Deskriptif *Continuance intention*

Pernyataan	Kode	Mean	Min	Max	Std	Keterangan
Saya bermaksud untuk terus menggunakan layanan Blu by BCA Digital di masa mendatang	CI.01	4.08	3	5	0.59	Setuju
Saat ada layanan perbankan baru, saya akan memilih layanan Blu by BCA Digital	CI.02	4.27	2	5	0.50	Sangat Setuju
Saya bermaksud untuk meningkatkan penggunaan layanan Blu by BCA Digital di masa mendatang	CI.03	4.03	3	5	0.70	Setuju
Saya akan tetap menggunakan layanan Blu by BCA Digital sesering yang saya lakukan sekarang	CI.04	4.10	2	5	0.58	Setuju
Saya akan mencoba menggunakan layanan Blu by BCA Digital lainnya jika diperlukan dalam kehidupan atau pekerjaan	CI.05	4.13	2	5	0.60	Setuju

Pernyataan	Kode	Mean	Min	Max	Std	Keterangan
Saya akan sangat menyarankan orang lain untuk menggunakan layanan Blu by BCA Digital	CI.06	4.11	2	5	0.62	Setuju
Rata-rata		4.12			0.60	Setuju

Sumber: Data diolah

Tabel 3 menunjukkan bahwa niat untuk terus menggunakan layanan Blu by BCA Digital tergolong tinggi, dengan nilai rata-rata pernyataan di atas 4. Meskipun terdapat variasi kecil pada nilai minimum (antara 2 hingga 3), konsistensi respon (ditunjukkan oleh standar deviasi yang rendah antara 0.50 hingga 0.70) mengindikasikan bahwa mayoritas responden secara konsisten menyatakan kepuasan dan loyalitas terhadap layanan tersebut. Khususnya, pernyataan CI.02 dengan nilai rata-rata 4.27 menonjol sebagai indikator bahwa ketika dihadapkan pada opsi layanan perbankan baru, responden tetap memilih Blu by BCA Digital, yang memperkuat kesan positif dan kepercayaan terhadap merek ini. Secara keseluruhan, data yang diperoleh mengindikasikan bahwa pengguna tidak hanya bermaksud untuk terus menggunakan, tetapi juga cenderung merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

E-Service Quality

Tabel 4. Statistik Deskriptif *E-service quality*

Pernyataan	Kode	Mean	Min	Max	Std	Ket
Blu by BCA Digital memiliki layanan yang saya butuhkan	SQ.01	4.42	4	5	0.49	Sangat Setuju
Tampilan dari Blu by BCA Digital dikemas dengan baik	SQ.02	4.26	3	5	0.47	Sangat Setuju
Tampilan dari Blu by BCA Digital dikemas dengan rapi	SQ.03	4.36	3	5	0.49	Sangat Setuju
Pelayanan Blu by BCA Digital sangat baik	SQ.04	4.01	3	5	0.66	Setuju
Informasi yang disajikan layanan Blu by BCA Digital lengkap	SQ.05	4.16	3	5	0.48	Setuju
Pelayanan Blu by BCA Digital cepat	SQ.06	4.18	3	5	0.40	Setuju
Pelayanan Blu by BCA Digital responsif	SQ.07	4.10	3	5	0.68	Setuju
Blu by BCA Digital memudahkan setiap aktivitas transaksi	SQ.08	4.16	3	5	0.61	Setuju
Blu by BCA Digital menjamin keamanan setiap aktivitas transaksi	SQ.09	4.04	2	5	0.74	Setuju
Saya yakin Blu by BCA Digital menyediakan layanan sesuai harapan saya	SQ.10	4.10	3	5	0.69	Setuju
Pelayanan Blu by BCA Digital membantu jika ada kendala	SQ.11	4.12	2	5	0.67	Setuju
Blu by BCA Digital memahami kebutuhan spesifik saya	SQ.12	4.21	3	5	0.63	Sangat Setuju

Rata-rata	4.18	0.67	Setuju

Sumber: Data diolah

Tabel 4. menunjukkan gambaran yang sangat positif mengenai kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) Blu by BCA Digital. Mayoritas pernyataan mendapatkan nilai rata-rata lebih tinggi dari 4, dengan skor tertinggi yaitu 4.42 pada pernyataan "Blu by BCA Digital memiliki layanan yang saya butuhkan", yang menegaskan bahwa layanan tersebut secara efektif memenuhi kebutuhan pengguna. Aspek desain antarmuka juga mendapat apresiasi tinggi dengan nilai rata-rata 4.26 dan 4.36 untuk pernyataan yang menilai kemasan tampilan aplikasi, mencerminkan bahwa visualisasi dan penyajian informasi dalam aplikasi menjadi kekuatan tersendiri. Meskipun beberapa aspek, seperti kualitas pelayanan secara umum, memperoleh skor yang sedikit lebih rendah (misalnya, "Pelayanan Blu by BCA Digital sangat baik" dengan nilai 4.01), perbedaan ini tidak terlalu signifikan mengingat keseluruhan standar deviasi berkisar antara 0.47 hingga 0.69, yang menunjukkan bahwa persepsi pengguna relatif homogen. Keseragaman penilaian ini menandakan bahwa hampir seluruh responden memiliki pandangan yang serupa dan positif terhadap layanan yang disediakan sehingga Blu by BCA Digital berhasil menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan dari segi kecepatan, responsivitas, keamanan, dan kemudahan bertransaksi. Hal tersebut merupakan indikasi bahwa strategi digital yang diterapkan sudah berjalan dengan baik, sehingga kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap platform digital ini terus terjaga (Ayuni et al., 2021).

E-trust

Tabel 1. Statistik Deskriptif *E-trust*

Pernyataan	Kode	Mean	Min	Max	Std	Ket
Saya percaya pada janji layanan yang disampaikan Blu by BCA Digital	TR.01	4.14	3	5	0.62	Setuju
Saya percaya Blu by BCA Digital akan melindungi informasi pribadi saya	TR.02	4.03	2	5	0.75	Setuju
Saya percaya Blu by BCA Digital memastikan keamanan data pribadi Saya	TR.03	4.09	3	5	0.69	Setuju
Berdasarkan pengalaman saya, saya menganggap Blu by BCA Digital sangat dapat diandalkan	TR.04	4.12	2	5	0.67	Setuju
Jika timbul masalah, saya memiliki ekspektasi Blu by BCA Digital akan memperlakukan saya dengan adil	TR.05	4.18	3	5	0.63	Setuju
Rata-rata		4.14			0.67	Setuju

Sumber: Data diolah

Data dalam Tabel 5 mengungkapkan bahwa secara keseluruhan, responden menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap Blu by BCA Digital. Nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4.12 dengan standar deviasi 0.67 mengindikasikan adanya

konsistensi dan kesepakatan di antara responden terhadap aspek-aspek utama *e-trust*, seperti keandalan janji layanan, perlindungan serta keamanan data pribadi, dan keadilan dalam menyelesaikan masalah. Masing-masing pernyataan, mulai dari kepercayaan terhadap janji layanan (mean = 4.14) hingga ekspektasi perlakuan adil jika timbul masalah (mean = 4.18), menunjukkan bahwa mayoritas pengguna merasa yakin bahwa layanan Blu mampu memenuhi ekspektasi mereka. Walaupun terdapat nilai minimum yang bervariasi seperti pada pernyataan perlindungan informasi pribadi yang memiliki nilai minimum 2keberadaan nilai minimum yang rendah ini mencerminkan adanya keberagaman persepsi diantara subjek, meskipun sebagian besar tetap menilai secara tinggi.

User Satisfaction

Tabel 6. Statistik Deskriptif *User Satisfaction*

Pernyataan	Kode	Mean	Min	Max	Std	Ket
Secara umum, saya senang menggunakan Blu by BCA Digital untuk bertransaksi	CS.01	4.15	2	5	0.57	Setuju
Saya merasa enjoy bertransaksi di Blu by BCA Digital	CS.02	4.12	2	5	0.65	Setuju
Saya sangat puas dengan layanan Blu by BCA Digital	CS.03	4.24	2	5	0.58	Sangat Setuju
Saya gembira dengan Blu by BCA Digital.	CS.04	4.17	2	5	0.51	Setuju
Blu by BCA Digital dapat memenuhi ekspektasi Saya	CS.05	3.94	2	5	0.67	Setuju
Rata-rata		4.12			0.60	Setuju

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 6, terlihat bahwa tingkat kepuasan pengguna terhadap Blu by BCA Digital secara keseluruhan sangat positif. Nilai rata-rata untuk pernyataan terkait kesenangan dan kepuasan (seperti "saya senang menggunakan Blu by BCA Digital untuk bertransaksi", "saya merasa enjoy bertransaksi", "saya sangat puas dengan layanan", dan "saya gembira dengan Blu by BCA Digital") berada di atas 4, yakni berkisar antara 4.12 hingga 4.17. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas pengguna merasakan pengalaman yang positif dan menyenangkan dalam menggunakan layanan tersebut. Meskipun demikian, terdapat sedikit perbedaan pada pernyataan "Blu by BCA Digital dapat memenuhi ekspektasi saya" yang memiliki nilai rata-rata 3.94, menunjukkan bahwa meskipun secara keseluruhan pengguna puas, ada aspek pemenuhan ekspektasi yang mungkin masih memiliki ruang untuk perbaikan. Rentang nilai Minimum 2 dan Maximum 5 menunjukkan adanya variasi dalam persepsi individu, namun standar deviasi yang relatif rendah (antara 0.53 hingga 0.74) mempertegas bahwa mayoritas responden memiliki pandangan serupa mengenai kualitas layanan. Dengan demikian, analisis ini menggambarkan bahwa Blu by BCA Digital telah berhasil menciptakan dasar kepuasan

yang kuat, meskipun peningkatan dalam aspek pemenuhan ekspektasi dapat menjadi fokus untuk meningkatkan pengalaman pengguna lebih lanjut.

Perceived Risk

Tabel 2. Statistik Deskriptif *Perceived Risk*

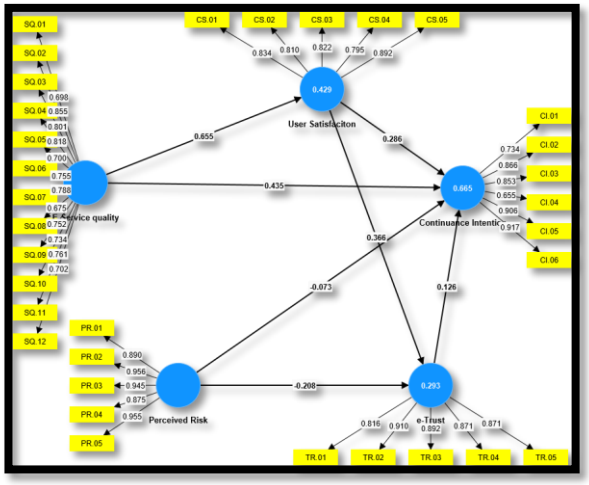
Pernyataan	Kode	Mean	Min	Max	Std	Ket
Dengan menggunakan Blu by BCA Digital, saya lebih mungkin mengalami penipuan keuangan	PR.01	1.88	1	4	0.77	Tidak Setuju
Dengan menggunakan Blu by BCA Digital, saya lebih mungkin mengalami penipuan pembayaran	PR.02	1.95	1	4	0.71	Tidak Setuju
Saya khawatir informasi pribadi saya (misalnya, data transaksi, nomor rekening, nomor telepon, nomor kartu identitas, dll.) tidak aman saat saya menggunakan Blu by BCA Digital.	PR.03	1.97	1	4	0.69	Tidak Setuju
Saya khawatir saldo Blu by BCA Digital saya dapat disalahgunakan oleh orang yang tidak berwenang	PR.04	1.93	1	4	0.71	Tidak Setuju
Rata-rata		1.93			0.72	Setuju

Sumber: Data diolah

Tabel statistik deskriptif ini mengungkapkan bahwa persepsi risiko terhadap penggunaan Blu by BCA Digital di kalangan responden secara umum sangat rendah. Masing-masing pernyataan mulai dari kekhawatiran akan penipuan keuangan, penipuan pembayaran, ketidakamanan data pribadi, hingga penyalahgunaan saldo—menunjukkan nilai rata-rata sekitar 1,93 pada skala yang kemungkinan besar berkisar antara 1 (sangat tidak setuju) hingga 4 (sangat setuju). Hal ini menandakan bahwa mayoritas responden merasa cukup aman dan tidak menganggap penggunaan Blu by BCA Digital membawa risiko signifikan. Meski begitu, adanya nilai maksimum hingga 4 mengungkapkan bahwa terdapat subkelompok pengguna yang memiliki persepsi risiko tinggi. Temuan ini menyiratkan keberhasilan Bank Digital BCA dalam membangun kepercayaan melalui sistem keamanan yang handal, namun juga mengisyaratkan perlunya inisiatif berkelanjutan untuk menjangkau dan meyakinkan segmen pengguna yang masih memiliki kekhawatiran.

Hasil Uji Outer Model

Analisis *outer model* bertujuan untuk melihat adanya kesesuaian antara variabel dengan pengukurannya. Analisis ini mengevaluasi validitas konvergen (*convergent validity*), validitas diskriminan (*discriminant validity*) dan reliabilitas.



Gambar 1. Hasil Uji Outer Model

Validitas Konvergen

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Kode	Outer Loading >0.700	AVE >0.500	Keterangan
Continuance intention	CI.01	0.734	0.684	Valid
	CI.02	0.866		Valid
	CI.03	0.853		Valid
	CI.04	0.655		Valid
	CI.05	0.906		Valid
	CI.06	0.917		Valid
User Satisfaction	CS.01	0.834	0.570	Valid
	CS.02	0.810		Valid
	CS.03	0.822		Valid
	CS.04	0.795		Valid
	CS.05	0.892		Valid
Perceived risk	PR.01	0.890	0.855	Valid
	PR.02	0.956		Valid
	PR.03	0.945		Valid
	PR.04	0.875		Valid
	PR.05	0.955		Valid
e-service quality	SQ.01	0.698	0.691	Valid
	SQ.02	0.855		Valid
	SQ.03	0.801		Valid
	SQ.04	0.818		Valid
	SQ.05	0.700		Valid
	SQ.06	0.755		Valid
	SQ.07	0.788		Valid
	SQ.08	0.675		Valid

Variabel	Kode	Outer Loading >0.700	AVE >0.500	Keterangan
	SQ.09	0.752		Valid
	SQ.10	0.734		Valid
	SQ.11	0.761		Valid
	SQ.12	0.702		Valid
e-trust	TR.01	0.816	0.762	Valid
	TR.02	0.910		Valid
	TR.03	0.892		Valid
	TR.04	0.871		Valid
	TR.05	0.871		Valid

Sumber: Data diolah

Hasil pengujian validitas konvergen pada tabel 4.8 menunjukkan seluruh indikator telah valid karena memiliki nilai *outer loading* lebih dari 0,700 dan AVE lebih dari 0,500.

Validitas Diskriminan

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Diskriminan

Variabel	CI	SQ	PR	CS	TR
Continuance intention					
E-service quality	0.819				
Perceived risk	0.662	0.665			
User satisfaciton	0.756	0.697	0.816		
e-trust	0.729	0.924	0.509	0.566	

Sumber: Data diolah

Terlihat pada tabel 9 telah terpenuhi karena seluruh nilai telah berada di bawah nilai yang disarankan yaitu di bawah 0,90.

Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

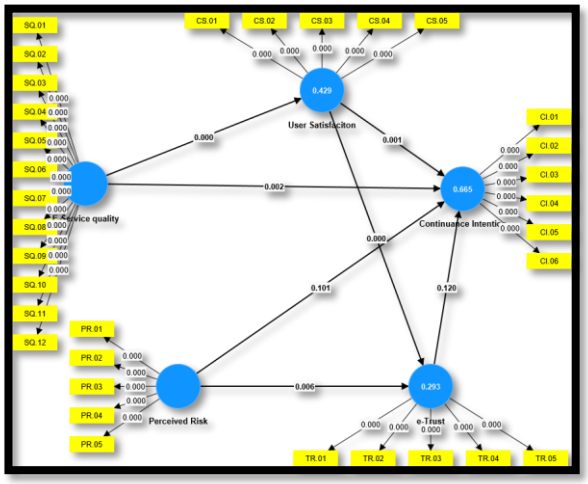
Variabel	Cronbach's alpha >0.700	Composite reliability >0.700	Keterangan
Continuance Intention	0.905	0.928	Reliabel
E-Service Quality	0.931	0.941	Reliabel
Perceived Risk	0.957	0.967	Reliabel
User Satisfaciton	0.889	0.918	Reliabel
E-Trust	0.922	0.941	Reliabel

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas sebagaimana diperlihatkan pada tabel 4.10 menunjukkan nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dari semua dimensi telah lebih dari 0,7.

Hasil Uji Inner Model

Berikut hasil pengujian inner model dalam penelitian ini:



Gambar 2. Hasil Uji Inner Model

Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Jalur Pengaruh	VIF	Ket
E-service quality -> Continuance intention	4.623	Tidak terjadi multikolinearitas
E-service quality -> User satisfaciton	1.000	Tidak terjadi multikolinearitas
Perceived risk -> Continuance intention	2.607	Tidak terjadi multikolinearitas
Perceived risk -> e-trust	2.361	Tidak terjadi multikolinearitas
User satisfaciton -> Continuance intention	2.666	Tidak terjadi multikolinearitas
User satisfaciton -> e-trust	2.361	Tidak terjadi multikolinearitas
e-trust -> Continuance intention	3.415	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada semua variabel penelitian telah memenuhi syarat yang disarankan yaitu <5, sehingga semua variabel dalam model penelitian telah memenuhi kriteria dan tidak adanya masalah multikoliniaritas.

R-Square

Tabel 7. Hasil Uji R Square

Variabel	R-square	R-square adjusted
Continuance intention	0.665	0.659
User satisfaciton	0.429	0.427
e-trust	0.293	0.286

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2025)

Tabel 12 menunjukkan bahwa nilai r square pada variabel *continuance intention* adalah sebesar 0,665, artinya sebesar 66,5% variabel *continuance intention* dapat dijelaskan oleh *e-service quality, e-trust, perceived usefulness* dan *user satisfaction* sedangkan sisanya sebesar 33,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

F-Square

Tabel 8. Hasil Uji F-Square

Jalur Pengaruh	f-square	Ket
E-service quality -> Continuance intention	0.122	Small Effect
E-service quality -> User satisfaciton	0.752	Big Effect
Perceived risk -> Continuance intention	0.006	Small Effect
Perceived risk -> e-trust	0.026	Small Effect
User satisfaciton -> Continuance intention	0.091	Small Effect
User satisfaciton -> e-trust	0.080	Small Effect
e-trust -> Continuance intention	0.014	Small Effect

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2025)

Analisis f-square pada tabel 13 menunjukkan bahwa model penelitian ini memiliki kontribusi variabel yang berbeda-beda terhadap variansi variabel dependen. Terutama, pengaruh *E-service quality* terhadap *User Satisfaction* menunjukkan nilai f-square sebesar 0.752, yang merupakan efek besar, menandakan bahwa kualitas layanan digital berperan sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna, apabila variabel ini dikeluarkan dari model penelitian maka akan menyebabkan penurunan nilai r square yang besar pada variabel *user satisfaction*. Selain itu, variabel *Perceived risk*, baik pada pengaruhnya terhadap *Continuance intention* (0.006) maupun *e-trust* (0.026), serta pengaruh *User Satisfaction* terhadap *Continuance intention* (0.016) dan *e-trust* (0.080), menunjukkan efek kecil yang artinya kontribusi dari variabel-variabel tersebut dalam menjelaskan variansi relatif terbatas.

Uji Hipotesis

Analisis hasil pengujian hipotesis juga dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur (*path coeffiicient*) atau *original sample* menggunakan program smart PLS disajikan pada gambar 14 di bawah ini:

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis

	Hipotesis	Koefisien	T stat >1.65	P values <0.05	Ket
H1	*E-service quality -> User Satisfaction*	0.655	13.209	0.000	Didukung
H2	*E-service quality -> Continuance intention*	0.435	2.871	0.002	Didukung
H3	*Perceived risk -> Continuance intention*	-0.073	1.277	0.101	Tidak didukung
H4	*Perceived risk -> e-trust*	-0.208	2.517	0.006	Didukung
H5	*User satisfaciton -> e-trust*	0.366	5.024	0.000	Didukung
H6	*User satisfaciton -> Continuance intention*	0.286	3.042	0.001	Didukung
H7	*e-trust -> Continuance intention*	0.126	1.175	0.120	Tidak didukung

Sumber: Hasil Olah Data (2025)

Tabel 14 menunjukkan bahwa 5 dari 7 hipotesis diterima. Penelitian ini menyoroti bahwa kualitas layanan digital pada Blu BCA memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pengguna. Semakin baik kualitas layanan maka akan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pengguna. Kepuasan pengguna tersebut ternyata berdampak positif terhadap niat mereka untuk terus menggunakan layanan digital, yang mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan merupakan kunci strategis dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Selain itu, penelitian ini mengungkapkan bahwa persepsi risiko yang dirasakan oleh pengguna tidak secara langsung mempengaruhi niat untuk melanjutkan penggunaan, namun memiliki dampak negatif yang cukup signifikan terhadap *e-trust*. Artinya, semakin tinggi persepsi risiko, semakin menurunnya tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan digital Blu. Dengan demikian, upaya untuk mengelola dan mengurangi risiko seperti peningkatan sistem keamanan dan transparansi informasi merupakan elemen penting dalam menjaga kepercayaan nasabah meskipun tidak secara langsung mengubah decisional continuance.

Hasil uji hipotesis 1 pada penelitian ini menunjukkan hubungan positif yang sangat signifikan antara kualitas layanan digital dan kepuasan pengguna (koefisien = 0.655, t-stat = 13.209, p-value = 0.000). Artinya, semakin baik kualitas layanan—yang mencakup kecepatan akses, kemudahan penggunaan, serta ketersediaan fitur—semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna. Nilai koefisien sebesar 0.655 menunjukkan bahwa apabila e-service quality meningkat sebesar 1 satuan maka diprediksi user satisfaction akan meningkat 0.655.

Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kim & Yum, (2024), Razak et al., (2021) dan Rita et al., (2019) menunjukan bahwa e-service quality memiliki pengaruh yang signifikan terhadap user satisfaction. Hipotesis 1 (H1) menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara kualitas layanan digital dan kepuasan pengguna karena dalam konteks perbankan digital seperti Blu BCA, kualitas layanan merupakan faktor kunci yang menentukan bagaimana pengguna merasakan interaksi mereka dengan sistem. Ketika layanan digital dirancang dengan perhatian pada kecepatan transaksi, kemudahan navigasi, keamanan data, dan keandalan sistem, pengalaman pengguna pun menjadi optimal. Hal ini sejalan dengan teori expectancy-confirmation yang menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika ekspektasi pengguna terpenuhi atau bahkan terlampaui oleh kinerja nyata layanan. Dengan kata lain, semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan—misalnya, proses yang cepat, antarmuka yang intuitif, dan perlindungan data yang kuat—semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna (Wani et al., 2023; Winata & Tjokrosaputro, 2022)

Hasil uji Hipotesis 2 mengungkapkan adanya pengaruh positif yang signifikan dari kualitas layanan digital terhadap niat untuk terus menggunakan (koefisien = 0.435, t-stat = 2.871, p-value = 0.002). Nilai koefisien sebesar 0.655 menunjukkan bahwa apabila e-service quality meningkat sebesar 1 satuan maka diprediksi continuance intention akan meningkat 0.435.

Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kim & Yum, 2024) Razak et al., (2021) dan Masri et al., (2020) menunjukan bahwa e-service quality memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat terus menggunakan suatu aplikasi. E-service quality memegang peranan vital dalam mempengaruhi continuance intention karena layanan digital yang berkualitas memberikan pengalaman transaksi yang optimal bagi pengguna. Saat Blu BCA mampu menyediakan antarmuka yang intuitif, proses transaksi yang cepat, sistem keamanan yang andal, serta dukungan teknis yang responsif, pengguna merasa puas dan lebih percaya bahwa layanan tersebut akan memenuhi ekspektasi mereka secara konsisten. Kepuasan ini, menurut teori expectation-confirmation, memperkuat keyakinan bahwa ekspektasi telah terpenuhi atau bahkan terlampaui, sehingga mendorong niat untuk terus menggunakan layanan. Selain itu, kualitas layanan yang tinggi juga mengurangi persepsi risiko yang mungkin muncul, misalnya terkait keamanan data, sehingga pengguna merasa lebih aman dan nyaman dalam menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan.

Hasil uji Hipotesis 3 (Perceived risk → Continuance intention) menunjukkan hubungan negatif (koefisien = -0.073), namun tidak signifikan (t-stat = 1.277, p-value = 0.101). Meskipun arah negatif mengindikasikan bahwa risiko yang dirasakan cenderung menurunkan niat lanjutan, pengaruhnya tidak cukup kuat untuk dikatakan signifikan. Nilai koefisien sebesar -0.073 menunjukkan bahwa apabila perceived risk meningkat sebesar 1 satuan maka diprediksi continuance intention akan menurun 0.073.

Hasil pada penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Simbolon & Klesia, (2024) menunjukan bahwa perceived risk memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap minat terus menggunakan suatu aplikasi. Namun

demikian. hasil pada penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Rahayu & Prasetyatama, (2021) yang menunjukkan bahwa perceived risk tidak berpengaruh terhadap continuance intention dalam menggunakan suatu aplikasi keuangan. Tidak adanya pengaruh perceived risk terhadap continuance intention dapat disebabkan oleh beberapa hal. Pertama pengguna bank digital seperti Blu BCA umumnya sudah memiliki tingkat kepercayaan yang cukup tinggi terhadap institusi perbankan yang sudah dikenal memiliki reputasi baik dan sistem keamanan yang terjamin. Ketika pengalaman pengguna secara keseluruhan positif, mereka cenderung menganggap risiko sebagai bagian yang sudah bisa diterima dalam ekosistem digital yang terus berkembang. Dalam arti lain, meskipun ada rasa was-was terhadap risiko, kepercayaan dan kepuasan pengguna dapat menetralkan potensi dampak negatif dari risiko tersebut terhadap keputusan untuk terus menggunakan layanan. Faktor kedua adalah pengguna telah terbiasa dengan teknologi dan memiliki literasi digital yang memadai, sehingga pengguna memiliki toleransi yang lebih tinggi terhadap risiko. Mereka menilai manfaat dan kemudahan yang didapat dari layanan digital jauh lebih besar dibandingkan dengan potensi risiko yang dirasakan. Hal ini menyebabkan pengaruh langsung risiko terhadap continuance intention menjadi tidak signifikan karena elemen-elemen kepuasan dan kepercayaan sudah mendominasi (Alzoubi, 2019).

Hasil uji Hipotesis 4 (Perceived risk → e-trust) membuktikan bahwa risiko yang dirasakan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat kepercayaan pengguna (koefisien = -0.208, t-stat = 2.517, p-value = 0.006), yang artinya semakin tinggi risiko yang dirasakan, maka kepercayaan terhadap layanan digital menurun. Nilai koefisien sebesar -0.208 menunjukkan bahwa apabila perceived risk meningkat sebesar 1 satuan maka diprediksi e-trust akan menurun 0.208.

Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sun et al., (2023) dan Gupta et al., (2023) menunjukan bahwa perceived risk memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap e-trust. Persepsi risiko dapat mempengaruhi e-trust karena kepercayaan digital dibangun atas dasar keyakinan bahwa sistem mampu menjamin keamanan dan melindungi data serta kepentingan pengguna. Ketika pengguna bank digital Blu BCA merasakan adanya potensi risiko—seperti ancaman kebocoran data, penipuan, atau kegagalan sistem—maka rasa aman mereka terhadap sistem menurun. Ketidakpastian yang muncul dari risiko yang dirasakan membuat pengguna menjadi lebih berhati-hati dan skeptis terhadap kemampuan platform dalam mengelola transaksi dan informasi pribadi. Akibatnya, tingkat kepercayaan atau e-trust terhadap layanan digital menjadi tergerus, karena kepercayaan itu sendiri merupakan hasil dari evaluasi pengguna terhadap sejauh mana sistem mampu mengurangi potensi kerugian dan memberikan perlindungan secara konsisten. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi risiko yang dirasakan, semakin rendah pula kepercayaan pengguna terhadap layanan digital yang disediakan oleh Blu BCA.

Hasil uji Hipotesis 5 menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (koefisien = 0.366, t-stat = 5.024, p-value = 0.000). Artinya, ketika pengguna merasa puas dengan layanan digital, mereka cenderung

memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap sistem. Nilai koefisien sebesar 0.366 menunjukkan bahwa apabila user satisfaction meningkat sebesar 1 satuan maka diprediksi e-trust akan meningkat 0.366.

Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kim & Yum, 2024) Jia et al., (2023) dan Masri et al., 2020) menunjukan bahwa kepuasan pengguna memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat terus menggunakan suatu aplikasi. Kepuasan yang dirasakan pengguna secara langsung memperkuat keyakinan mereka terhadap integritas dan kinerja layanan digital. Ketika pengguna Blu BCA merasa puas—misalnya karena layanan yang responsif, keamanan transaksi yang terjamin, serta kemudahan penggunaan yang konsisten—mereka cenderung memiliki persepsi bahwa platform tersebut dapat diandalkan dalam menjaga data dan transaksi keuangan mereka. Maka dari itu, kepuasan pengguna tidak hanya berdampak pada loyalitas dan niat berkelanjutan, tetapi juga memperkuat fondasi e-trust yang esensial bagi keberlangsungan hubungan jangka panjang antara pengguna dan layanan digital tersebut.

Hasil uji Hipotesis 6 mengonfirmasi bahwa kepuasan pengguna secara signifikan mempengaruhi niat untuk terus menggunakan layanan (koefisien = 0.286, t-stat = 3.042, p-value = 0.001). Nilai koefisien sebesar 0.286 menunjukkan bahwa apabila user satisfaction meningkat sebesar 1 satuan maka diprediksi continuance intention akan meningkat 0.286.

Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Yin & Lin, 2022) (Kim & Yum, 2024) Jia et al., (2023) dan Masri et al., 2020) menunjukan bahwa kepuasan pengguna memiliki pengaruh poitif yang signifikan terhadap minat terus menggunakan suatu aplikasi. User satisfaction mempengaruhi continuance intention karena ketika pengguna Blu BCA merasa puas dengan pengalaman yang diterimamisalnya dalam aspek kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan, dan dukungan layanan—mereka cenderung membangun kepercayaan yang lebih tinggi terhadap platform dan menganggap layanan tersebut berhasil memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi mereka. Kepuasan yang diperoleh berperan sebagai validasi positif atas kualitas dan manfaat yang dirasakan, sehingga merasa yakin untuk terus menggunakan layanan digital secara berkelanjutan. Pengalaman positif ini tidak hanya mengurangi ketidakpastian dan kekhawatiran terhadap potensi risiko, tetapi juga memperkuat loyalitas sehingga niat untuk tetap melanjutkan penggunaan menjadi semakin tinggi, seiring dengan keyakinan bahwa layanan akan terus memberikan nilai dan manfaat serupa di masa depan (Widjaja & Achmadi, 2022).

Hipotesis 7 pada penelitian ini menguji hubungan antara e-trust dan continuance intention, tetapi hasilnya tidak signifikan (koefisien = 0.126, t-stat = 1.175, p-value = 0.120). Ini berarti, meskipun kepercayaan meningkat seiring dengan peningkatan kepuasan, kepercayaan itu sendiri tidak secara langsung mendorong keputusan pengguna untuk terus menggunakan layanan. Nilai koefisien sebesar 0.126 menunjukkan bahwa apabila e-trust meningkat sebesar 1 satuan maka diprediksi e-trust akan meningkat 0.126.

Hasil pada penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kim & Yum, (2024) dan Tumaku et al., (2023) menunjukan bahwa e-trust memiliki

pengaruh positif yang signifikan terhadap minat terus menggunakan suatu aplikasi. Namun hasil pada penelitian ini sejalan dengan Yasmina & Amalia, (2024) yang menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap continuance intention dalam menggunakan suatu aplikasi. E-trust tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap continuance intention pengguna Blu BCA karena meskipun kepercayaan terhadap sistem digital penting, faktor lain seperti kepuasan dan kualitas layanan lebih dominan dalam menentukan keputusan pengguna untuk tetap menggunakan layanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisa yang dilakukan, berikut merupakan kesimpulan yang dapat diambil: *E-service quality* berpengaruh positif *user satisfaction* pada pengguna Bank Digital Blu (BCA). Artinya semakin baik kualitas layanan maka kepuasan pengguna akan semakin meningkat. *E-service quality* berpengaruh positif *continuance intention* pada pengguna Bank Digital Blu (BCA). Artinya semakin baik kualitas layanan maka minat untuk terus menggunakan akan semakin meningkat. *Perceived risk* tidak berpengaruh *continuance intention* pada pengguna Bank Digital Blu (BCA). *Perceived risk* berpengaruh negatif *e-trust* pada pengguna Bank Digital Blu (BCA). Artinya semakin rendah risiko yang dirasakan pengguna maka kepercayaan juga akan semakin berkurang. *User satisfaction* berpengaruh positif *e-trust* pada pengguna Bank Digital Blu (BCA). Artinya semakin baik kepuasan pengguna maka kepercayaan pengguna akan semakin meningkat. *User satisfaction* berpengaruh positif *continuance intention* pada pengguna Bank Digital Blu (BCA). Artinya semakin baik kepuasan pengguna maka minat untuk terus menggunakan akan semakin meningkat. *E-trust* tidak berpengaruh *continuance intention* pada pengguna Bank Digital Blu (BCA).

DAFTAR PUSTAKA

Adam, N. A. (2024). Perceived Risk and External Finance Usage in Small-and Medium-Sized Enterprises: Unveiling the Moderating Influence of Business Age. *Journal of Risk and Financial Management*, *17*(4), 150.

Ajzen, I. (1991). The *Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211.

Alzoubi, H. M. (2019). An empirical study of e-Service quality and its impact on achieving a value added. *Journal of Business & Retail Management Research*, *13*(4), 138–145.

Anggraini, W., Prabowo, N. A., & Arumi, E. R. (2020). Perancangan dan Implementasi Survei Kepuasan Stakeholder Alumni Berbasis Web. *Techno. Com*, *19*(1), 24–33.

Ansori, A. D., & Nugroho, S. S. (2024). The role of trust on the continuance usage intention of indonesian mobile payment application. *Gadjah Mada International Journal of Business*, *26*(2), 231–257.

Ardiyanti, D., & Putra, H. T. (2023). The Influence of E-service Quality Dimensions on E-loyalty with E-Satisfaction as an Intervening Variable (Study of E-commerce

Users in Bandung City). *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, *23*(24), 190–206.

Ashiq, R., & Hussain, A. (2024). Exploring the effects of e-service quality and e-trust on consumers'e-satisfaction and e-loyalty: insights from online shoppers in Pakistan. *Journal of Electronic Business & Digital Economics*, *3*(2), 117–141.

Ayuni, A., Amanda, S. N. S., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap Continuance Usage Intention Platform DANA Dompet Digital oleh Generasi Y dan Z. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, *20*(3), 196–211.

Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The *Theory of Planned Behavior*: Selected recent advances and applications. *Europe's Journal of Psychology*, *16*(3), 352.

Chandra, R. Y., & Martini, E. (2021). Pengaruh Website Design Quality, Service Quality, Trust Dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Website Toko Sepatu Jk Collection Shoes). *EProceedings of Management*, *8*(5).

Gupta, S., Pandey, D. K., El Ammari, A., & Sahu, G. P. (2023). Do perceived risks and benefits impact trust and willingness to adopt CBDCs? *Research in International Business and Finance*, *66*, 101993.

Hair, J. F., M. Hult, G. T., M. Ringle, C., Sarstedt, & Marko. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) [3 ed]. In *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.* (Vol. 3, Issue 1).

Hidayatullah, M. Z., & Hidayah, R. T. (2023). Impact Of E-Service Quality And Customer Value On Customer Satisfaction On Posaja! Application. *Jurnal Ekonomi*, *12*(3), 2055–2063.

Jia, X., Pang, Y., Huang, B., & Hou, F. (2023). Understanding consumers' continuance intention to watch streams: A value-based continuance intention model. *Frontiers in Psychology*, *14*, 1073301.

Kim, J., & Yum, K. (2024). Enhancing continuous usage intention in e-commerce marketplace platforms: The effects of service quality, customer satisfaction, and trust. *Applied Sciences*, *14*(17), 7617.

Kington, H., Chapman, M., Clarke, C., & Beesley, S. (2012). Principles of marketing. In *BSAVA Manual of Small Animal Practice Management and Development* (pp. 462–477). BSAVA Library.

Li, Y., & Wang, J. (2021). Evaluating the impact of information system quality on continuance intention toward cloud financial information system. *Frontiers in Psychology*, *12*, 713353.

Masri, N. W., You, J.-J., Ruangkanjanases, A., Chen, S.-C., & Pan, C.-I. (2020). Assessing the effects of information system quality and relationship quality on continuance intention in e-tourism. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *17*(1), 174.

Maulidya, G. P., & Afifah, N. (2021). Perbankan dalam era baru digital: menuju bank 4. 0. *Proceeding Seminar Bisnis Seri V*, *282*.

Rahayu, I., & Prasetyatama, G. (2021). Determinants of the intention to continue using

e–wallet during the covid–19 pandemic. *Journal of Contemporary Accounting*, 53–63.

Razak, F. Z. A., Mokhtar, A. E., Rahman, A. A., & Abidin, M. Z. Z. (2021). Service quality, satisfaction and users' continuance intention to use e-campus: A mediation analysis. *Journal of Physics: Conference Series*, *1793*(1), 12019.

Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, *5*(10).

Simbolon, F. P., & Klesia, E. (2024). Exploring the Impact of Confirmation, Perceived Usefulness, and Perceived Risk on User Satisfaction and Continuance Intention of Paylater Users. *Binus Business Review*, *15*(3), 251–260.

Soebandhi, S. (2017). Faktor penentu kualitas layanan dan minat untuk melanjutkan penggunaan sistem pelaporan online. *Jurnal Economia*.

Sun, X., Pelet, J.-É., Dai, S., & Ma, Y. (2023). The effects of trust, perceived risk, innovativeness, and deal proneness on consumers' purchasing behavior in the livestreaming social commerce context. *Sustainability*, *15*(23), 16320.

Tumaku, J., Ren, J., Boakye, K. G., Ofori, K. S., & Abubakari, A. (2023). Interplay between perceived value, trust and continuance intention: evidence in the sharing economy. *International Journal of Quality and Service Sciences*, *15*(1), 74–96.

Wani, A. Z., Bhatnagar, A., & Mir, M. A. (2023). The Impact of E-service Quality on E-loyalty and Revisit Intention through the Mediating Role of E-satisfaction and E-trust. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, *12*(2), 555–573.

Widjaja, C., & Achmadi, H. (2022). Influence of Patient's Satisfaction towards Continuance Usage Intention of Online Teleconsultation Application. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, *5*(1).

Wijayanto, K. S., & Putra, F. I. F. S. (2023). The Influence Of E-Trust, E-Service Quality, Price And Web Quality On Traveloka User E-Satisfaction. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, *3*(2), 144–157.

Winata, S., & Tjokrosaputro, M. (2022). The roles of effort expectancy, attitude, and service quality in mobile payment users continuance intention. *Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)*, 121–126.

Yasmina, Y., & Amalia, R. (2024). Pengaruh Trust dan E-Service Quality terhadap Continuance Intention yang dimediasi oleh User Satisfaction pada Pengguna Traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, *9*(3), 741–761.

Yin, L.-X., & Lin, H.-C. (2022). Predictors of customers' continuance intention of mobile banking from the perspective of the interactivity theory. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, *35*(1), 6820–6849.