

ABSTRAK

Perubahan tren pada masyarakat dalam menjadikan produk kecantikan sebagai kebutuhan utamanya sejalan dengan perkembangan teknologi yang membuat persaingan bisnis digital semakin tinggi. Oleh karena itu, *e-commerce* yang bergerak dibidang kecantikan, yaitu Sociolla, mengeluarkan aplikasi baru bernama SOCO by Sociolla. Aplikasi ini mengintegrasikan fitur yang dimilikinya seperti *Beauty Journal* dan Sociolla ke dalam satu *platform* yang sama. Hal ini guna memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan belanja yang bisa diselingi dengan membaca ulasan juga artikel. Namun, dalam pelaksanaannya, aplikasi ini dinilai memberikan kualitas layanan yang kurang memuaskan sehingga akan berpengaruh kepada loyalitas penggunaanya. Hal ini dilihat dari keluhan pada App Store dan Google Play. Keluhan yang disampaikan mengenai perfoma, kemudahan bernavigasi, efisiensi interaksi dan transaksi, dan keamanan dalam transaksi pada aplikasi. Adanya keluhan yang disampaikan pengguna ini mempengaruhi *rating* yang diperoleh SOCO cenderung rendah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *E-Service Quality* terhadap *E-Customer Satisfaction*, *E-Service Quality* terhadap *E-Customer Loyalty*, dan hubungan antara *E-Customer Satisfaction* dan *E-Customer Loyalty* pada aplikasi SOCO by Sociolla.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 400 orang pengguna aplikasi SOCO by Sociolla secara *online*. Kemudian, teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) yang dibantu oleh *software* AMOS 24.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa *E-Service Quality* memiliki hubungan positif terhadap *E-Customer Satisfaction*. Selanjutnya, *E-Service Quality* tidak memiliki hubungan positif terhadap *E-Customer Loyalty*. Selain itu ditemukan pula bahwa terdapat hubungan positif antara *E-Customer Satisfaction* dan *E-Customer Loyalty*.

Dapat disimpulkan bahwa dari ketiga uji hipotesis pada penelitian ini, hanya terdapat dua hipotesis yang diterima dan satu hipotesis ditolak. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta wawasan kepada peneliti lainnya juga perusahaan mengenai *E-Service Quality*, *E-Customer Satisfaction* dan *E-Customer Loyalty* pada aplikasi, serta dapat dijadikan evaluasi bagi pihak SOCO by Sociolla demi kepentingan perusahaannya.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, *E-Customer Satisfaction*, *E-Customer Loyalty*, SEM, SOCO by Sociolla.