

ABSTRAK

Peningkatan aktivitas belanja online berdampak pada munculnya *e-commerce* di Indonesia. Produk yang paling diminati pada belanja online adalah produk *fashion* sebanyak 72%. Hal ini menjadi kesempatan salah satu *e-commerce* baru yaitu Sorabel untuk berkembang dan menggaet konsumen. Kunci keunggulan bersaing untuk menggaet konsumen yaitu meningkatkan loyalitas pelanggan (*e-loyalty*). *E-loyalty* dipengaruhi oleh *e-satisfaction* dikarenakan semakin tinggi kepuasan pelanggan akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan. Maka dari itu, *e-satisfaction* mempunyai peran penting dalam pembentukan *e-loyalty* dan juga memiliki korelasi dengan faktor-faktor lainnya Faktor-faktor lain yang mempengaruhi *e-satisfaction* yaitu *e-service quality* dan *e-trust*.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai variabel intervening pada pelanggan Sorabel di Bandung. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel penelitian dengan metode non probability sampling yaitu purposive sampling sejumlah 100 orang. Penelitian bersifat kuantitatif dan menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis jalur.

Hasil penelitian berdasarkan analisis deskriptif tanggapan responden terhadap variabel *e-service quality*, *e-trust*, *e-satisfaction* dan *e-loyalty* berada dalam kategori baik. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* serta *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap *e-loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai variabel intervening.

Kata kunci: *E-service quality*, *e-trust*, *e-satisfaction*, *e-loyalty*.