

ABSTRAK

Soco by Sociolla merupakan aplikasi yang dimiliki oleh Sociolla yang merupakan *platform* untuk mengintegrasikan penggunanya ke media – media yang telah dimiliki sebelumnya, seperti Beauty Journal yang berisi artikel – artikel kecantikan ataupun ke Sociolla itu sendiri untuk melakukan pembelian produk perawatan kecantikan. Hadirnya aplikasi Soco diharapkan dapat menyempurnakan pengalaman berbelanja produk kecantikan secara *online*. Para pengguna dapat mengunduh aplikasi Soco di Play Store maupun App Store untuk dapat menikmati layanan berbelanja *online* pada aplikasi Soco. Dalam penggunaannya, aplikasi Soco masih memiliki beberapa kekurangan dan kendala, hal tersebut dapat dilihat dari *rating* yang terdapat pada Play Store maupun App Store. Dari banyaknya keluhan yang diberikan pengguna App Store dan Play Store mengenai aplikasi Soco, kebanyakan dari pengguna mengomentari tentang layanan aplikasi yang dinilai masih kurang memuaskan. Ketidakpuasan pengguna tersebut dapat mempengaruhi loyalitas pengguna terhadap aplikasi Soco. Para pengguna mengharapkan adanya perbaikan serta pengembangan terhadap aplikasi agar nantinya pengguna dapat merasa nyaman dan puas dalam berbelanja di aplikasi Soco. Dikarenakan kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan loyalitas penggunanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *E-service quality* terhadap *E-customer loyalty* melalui *E-customer satisfaction* sebagai variabel intervening

Metode pada penelitian ini adalah deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan metode *non probability sampling* yang berjenis *purposive sampling*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner *online* yang masing – masing pertanyaan disertai dengan lima kemungkinan jawaban yang harus dipilih oleh responden. Jumlah responden yang didapatkan sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SEM PLS yang diolah menggunakan SmartPls

Menurut hasil penelitian menunjukkan *E-customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-customer loyalty*. Menurut hasil penelitian menunjukkan *E-service quality* berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap *E-customer loyalty*. Menurut hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-customer loyalty*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-customer satisfaction*. *E-customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi hubungan *E-service quality* terhadap *E-customer loyalty*.

Kata kunci : *E-service Quality, E-trust, E-customer satisfaciom, E-customer loyalty*