

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Customer Loyalty* melalui *E-Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening pada aplikasi Zalora di Indonesia. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner secara *online* kepada pengguna aplikasi Zalora dengan sampel sebanyak 108 orang yang ditentukan dengan menggunakan metode *non-probability sampling* serta menggunakan (SEM). Teknik analisis data yang digunakan merupakan *Partial Least Square* dengan *software* SmartPLS 3.0 dan tingkat signifikansi 5%. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Customer Satisfaction*, *E-Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Customer Loyalty*, *E-Service Quality* berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap *E-Customer Loyalty*, *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Customer Loyalty* melalui *E-Customer Satisfaction* pada aplikasi Zalora. Maka dari itu, Zalora perlu mempertimbangkan peningkatan *E-Service Quality* dan *E-Customer Satisfaction* bagi pengguna karena akan mempengaruhi *E-Customer Loyalty*.

Kata kunci: *E-Service Quality*, *E-Customer Loyalty*, *E-Customer Satisfaction*.