

ABSTRAK

Saat ini, *e-commerce* sangat populer di kalangan pecinta online shopping dan semakin banyak pengguna *e-commerce* di Indonesia yang menggantikan toko offline. Sociolla, salah satu *e-commerce* yang khusus menjual produk kecantikan, mengalami penurunan kunjungan website, yang menunjukkan penurunan loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *e – store image*, *e – product quality*, *e – store image*, dan *e – customer loyalty* pada Sociolla, serta untuk mengidentifikasi pengaruh parsial dan simultan dari *e – service quality*, *e – product quality*, dan *e – store image* terhadap *e - customer loyalty*.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala pengukuran ordinal, dengan skala likert sebagai instrumen penelitian. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling. Jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif, *Method of Successive Interval* (MSI), uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sociolla memiliki *e – service quality* yang sangat baik dengan skor 84,5%, *e – product quality* yang sangat baik dengan skor 87,4%, serta, *e – store image* yang mendapatkan skor 85% yang sangat baik. Selain itu, *e - customer loyalty* pada Sociolla termasuk dalam kategori baik dengan skor 83,1%. Terdapat pengaruh positif antara *e-service quality* dan *e-customer loyalty*, namun tidak terdapat pengaruh signifikan antara *e-product quality* serta *e-store image* dengan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *e – service quality*, *e – product quality*, *e – store image*, *e – customer loyalty*