

## ABSTRAK

*E-commerce* adalah proses penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui internet. Berbagai *e-commerce* baru bermunculan menyebabkan persaingan antar *e-commerce* menjadi sangat ketat. Salah satunya adalah kemunculan Sociolla sebagai *beauty e-commerce* di Indonesia. Sejak kemunculannya di tahun 2015, Sociolla berhasil menarik perhatian warga Indonesia khususnya masyarakat yang memiliki minat dengan produk kecantikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan dari Sociolla. Pengumpulan data diproses menggunakan teknik kuesioner yang disebarakan kepada seluruh pengguna Sociolla yang berdomisili di Indonesia. Populasi penelitian adalah konsumen Sociolla di Indonesia. Sampel penelitian ini sejumlah 433 konsumen Sociolla. Analisis data akan menggunakan SmartPLS 3.2.8 yang menghasilkan *outer model testing* dan *inner model testing*. Analisis Deskriptif dalam penelitian ini dibutuhkan untuk memahami lebih dalam mengenai karakteristik responden serta penilaian mereka terhadap Sociolla. Hasil menunjukkan bahwa *Brand Image* mempengaruhi kepuasan pelanggan di Sociolla yang di ukur menggunakan dimensi *brand image* yaitu *brand association*, serta kepuasan pelanggan yang menjadi faktor bahwa *customer* menjadi loyal terhadap Sociolla.

**Kata Kunci:** Sociolla, e-commerce, brand image, customer satisfaction, loyalty, referral, repurchase intention, reject other.