

## ABSTRAK

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia dilihat dari pada tahun 2020 menjadi yang tertinggi di dunia dengan persentase perkembangan hingga 78% per tahun hal ini dilansir melalui web Kominfo.go.id. Banyak *e-commerce* yang menjadi andalan masyarakat untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari, ratusan situs *e-commerce* dengan berbagai kelompok produk yang dijual aktif dan di gunakan di Indonesia, mulai dari produk elektronik, kesehatan, perjalanan, makanan, pakaian, hingga kebutuhan sehari-hari mulai dari sayur mayur hingga produk kecantikan semuanya ada di Indonesia.

Objek pada penelitian ini merupakan situs web Sociolla yang dianalisis menggunakan metode Webqual 4.0 dengan *Structural Equation Model* (SEM) yang bertujuan untuk mengetahui kepuasan dan loyalitas pelanggan selama pandemi Covid-19. Pengaruh sebab akibat antar variabel ini akan diuji menggunakan 535 data sampel yang didapatkan dari penyebaran kuesioner secara *online* langsung kepada responden utama yakni para pengguna situs web Sociolla.

Penelitian ini menemukan bahwa seluruh hipotesis berpengaruh positif dan signifikan. *Service Interaction* menjadi variabel dengan nilai tertinggi dalam mempengaruhi *Customer Satisfaction*, kemudian diikuti oleh *Information Quality* dan *Usability*. Selaras dengan hasil olah data pada hipotesis *direct* tersebut, hipotesis secara *indirect* atau mediasi. *Customer Satisfaction* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Seluruh hasil ini menunjukkan bahwa para pelanggan Sociolla merasa puas saat berbelanja di situs web Sociolla selama pandemi Covid-19, selain itu hasil ini juga menunjukkan bahwa para pelanggan Sociolla telah loyal dengan melakukan pembelian ulang secara teratur, serta memberikan referensi kepada orang terdekat agar berbeanja di situs web Sociolla.

**Kata kunci:** *Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Information Quality, Service Interaction, Usability* dan Webqual 4.0.