

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.