

ABSTRAK

Perubahan perilaku dan pola belanja menyebabkan adanya pergeseran masyarakat ke arah belanja *online*, dimana produk kecantikan menjadi kebutuhan penting seiring dengan kemajuan teknologi yang telah meningkatkan persaingan dalam *e-commerce*. Oleh karena itu, Sociolla sebagai sebuah perusahaan ritel *online* yang bergerak di bidang produk kecantikan melakukan inovasi di bidang *e-commerce* dengan meluncurkan aplikasi baru bernama Soco by Sociolla. Aplikasi ini dibuat bertujuan untuk memudahkan pengguna berbelanja sambil membaca artikel dan ulasan. Namun, implementasi aplikasi ini diyakini memberikan tingkat *e-service quality* atau kualitas layanan elektronik yang tidak memadai yang akan berdampak negatif pada kepuasan dan loyalitas pengguna. Keluhan tersebut dapat dilihat pada App Store, Play Store dan Twitter. Keluhan yang disampaikan terkait kinerja aplikasi, *customer service* kebijakan pengembalian dana (*refund*), kemudahan bernavigasi, efisiensi transaksi, pelacakan barang dan keamanan dalam transaksi pada aplikasi. Adanya keluhan yang diajukan pengguna berdampak pada peringkat Soco by Sociolla yang cenderung rendah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara aplikasi Soco by Sociolla meningkatkan loyalitas pelanggan dalam berbelanja *online* berbasis Inovasi *E-Commerce* dan *E-Service Quality* yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada aplikasi Soco by Sociolla.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui *google form* kepada 385 responden pengguna aplikasi Soco by Sociolla secara *online*. Lebih lanjut, teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) yang dibantu oleh *software* SmartPLS 3.2.9

Menurut hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa Inovasi *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Selanjutnya, Inovasi *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kemudian, *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berikutnya, *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Lalu, Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Lebih lanjut, Kepuasan Pelanggan dapat memediasi Inovasi *E-Commerce* dengan Loyalitas Pelanggan. Dan yang terakhir, Kepuasan Pelanggan dapat memediasi *E-Service Quality* dengan Loyalitas Pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa setiap hipotesis diterima dari tujuh pengujian yang dilakukan untuk penelitian ini. Dalam hal Inovasi *E-Commerce*, *E-Service Quality*, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada aplikasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi para peneliti lain maupun perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi Soco by Sociolla untuk lebih kreatif dalam menciptakan fitur-fitur baru, meningkatkan konsistensi dalam penyebaran informasi, meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan, serta memberikan promosi yang lebih menarik dan menawarkan variasi produk yang lebih beragam.

Kata Kunci : *Inovasi E-Commerce, E-Service Quality, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, SEM, Soco by Sociolla.*