

## ABSTRAK

Zalora.co.id merupakan website belanja online yang menyediakan kebutuhan fashion pakaian baik baju, sepatu, tas maupun aksesoris. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atribut e-retailing terhadap e-satisfaction, pengaruh atribut e-retailing terhadap e-loyalty konsumen, pengaruh e-satisfaction terhadap e-loyalty dan pengaruh atribut e-retailing terhadap e-satisfaction dan e-loyalty konsumen Zalora.co.id.

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada sampel sebanyak 130 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling atau biasa disebut convenience sampling. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis jalur.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, beberapa temuan penelitian dapat dikemukakan, yaitu: 1) terdapat pengaruh positif dan signifikan atribut e-retailing terhadap e-satisfaction konsumen Zalora.co.id; 2) ada pengaruh positif dan signifikan dari atribut e-retailing terhadap loyalitas konsumen Zalora.co.id; 3) ada pengaruh positif dan tidak signifikan dari e-satisfaction terhadap e-loyalty konsumen Zalora.co.id, dan 4) terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan dari atribut e-retailing terhadap e-loyalty melalui e-satisfaction konsumen Zalora.co.id. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel atribut e-retailing memiliki pengaruh dominan terhadap variabel e-loyalty. Kemudian diikuti oleh variabel atribut e-retailing untuk e-satisfaction. Sedangkan variabel yang memiliki pengaruh paling lemah adalah variabel e-satisfaction terhadap e-loyalty.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Chung dan Shin (2008) dan Yuhua Cui., Niu, Jishun dan Tang, Liu. (2017) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan atribut e-retailing terhadap e-satisfaction.

Implikasi dalam penelitian ini adalah Zalora.co.id harus meninjau kembali perhatian yang dibuat agar tidak terkesan berlebihan, tetapi dilakukan secara wajar. Selain itu, tingkat kecepatan dan ketepatan pelayanan sebaiknya tetap perlu dilakukan namun tidak berlebihan.

**Keywords: E-Retailing Attributes, E-Loyalty, Consumer E-Satisfaction Zalora.co.id**