

ABSTRAK

Objek Penelitian menggunakan objek Tiktok Shop, yaitu sebuah fitur *e-commerce* dari platform sosial media Tiktok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji dampak dari *e-service quality* dan Citra Merek atas *E-customer loyalty*, dengan *E-customer satisfaction* sebagai variabel mediasi.

Dalam riset ini, dilakukan sampel diambil sebanyak 110 responden menggunakan metode purposive sampling, yakni teknik pengumpulan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan adalah individu yang tinggal di Kota Semarang, aktif menggunakan dan berbelanja melalui fitur Tiktok Shop, serta memiliki usia minimal 17 tahun.

Hasil analisis langsung menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif atas *E-customer satisfaction*, Citra Merek berpengaruh positif terhadap *E-customer satisfaction*, *E-service quality* memiliki pengaruh positif atas *E-customer loyalty*, Citra Merek memiliki pengaruh positif atas *E-customer loyalty*, dan *E-customer satisfaction* memiliki pengaruh positif atas *E-customer loyalty*. Hasil dari riset ini dapat dilanjutkan dengan riset-riset dengan objek Tiktokshop terhadap masyarakat di wilayah atau daerah yang lain.

Kata Kunci E-Customer Loyalty, E-Service Quality, Brand Image, E-Customer Satisfaction.

