

ABSTRAKSI

Sogan batik merupakan salah satu UKM yang bergerak dalam bisnis industri kreatif padat karya, dengan hasil karya-karya yang berupa fashion busana muslim dengan menggunakan bahan batik. Permasalahan yang terjadi di Sogan Batik adalah kurangnya loyalitas pelanggan terhadap Sogan Batik melalui media elektronik yang didasarkan pada kurangnya pembelian berulang oleh konsumen. Kurangnya loyalitas pelanggan dapat disebabkan oleh beberapa variable diantaranya adalah *E-SerQual* dan *E-Satisfaction* pelanggan. *E-SerQual* adalah kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien melalui media *online*. *E-SerQual* dan *E-Satisfaction* digunakan untuk mengukur *E-Loyalty* konsumen. Tujuan penelitian ini adalah mendesain model hubungan *E-SerQual*, *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan jumlah sample 75 konsumen aktif sebagai responden. Alat analisa yang digunakan adalah SEM-PLS. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa perancangan konseptual model diterima. Hasil hipotesis yang diajukan menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari *E-SerQual*, *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty* terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *E-SerQual*, *E-Satisfaction*, *E-Loyalty*, *Survey*, *Sem-Pls*

