

## ABSTRACT

This study aims to investigate the effect of online customization on e-loyalty in apparel online shops. The data used in this study are primary data obtained from respondents' answers through online questionnaires distributed to 200 respondents who have an experience of using online customization in Indonesia and this research specifically targets the millennials generation. The data analysis method used is the analysis of structural equation modeling (SEM). The results of this study prove that there is a positive and significant influence of online customization on e-satisfaction and e-trust, there is no significant effect of online customization on e-loyalty, there is a positive and significant effect of e-satisfaction on e-loyalty, and there is a positive and significant effect of e-trust on e-loyalty.

**Keywords:** *Millennials, online customization, e-satisfaction, e-trust, e-loyalty*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kustomisasi pada loyalitas elektronik pada toko pakaian online. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden melalui kuesioner online yang disebarakan kepada 200 responden yang memiliki pengalaman dalam menggunakan kustomisasi online di Indonesia dan penelitian ini secara spesifik menargetkan pada generasi milenial. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis structural equation modeling (SEM). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kustomisasi online terhadap kepuasan elektronik dan kepercayaan elektronik, tidak terdapat pengaruh yang signifikan kustomisasi online terhadap loyalitas elektronik, terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan elektronik terhadap loyalitas elektronik, dan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kepercayaan elektronik terhadap loyalitas elektronik.

**Kata Kunci:** *milenial, kustomisasi online, kepuasan elektronik, kepercayaan elektronik, loyalitas elektronik*