

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia. Beberapa tahun terakhir, makin banyak pelaku usaha, baik perusahaan besar maupun ritel, beralih atau mengembangkan usaha ke arah digital. Alasan utama dari masyarakat Indonesia untuk berbelanja melalui *online market place* adalah mudah, banyak yang memberikan fasilitas gratis ongkos kirim, terpercaya, harga yang lebih murah, serta banyaknya pilihan barang yang ditawarkan. Pada tahun 2017, berdasarkan data peringkat 10 besar E-commerce yang paling banyak dikunjungi, peringkat Elevenia terus mengalami penurunan, yang akhirnya pada akhir tahun 2017 peringkat Elevenia berhasil disusul oleh Bukalapak, dimana Bukalapak menempati peringkat 3 dan Elevenia turun cukup jauh menjadi peringkat 9. Industri *e-Commerce* berkembang dengan cepat di Indonesia, namun jumlah keluhan yang diterima sangat banyak. Situs *e-Commerce* yang paling banyak mendapat keluhan adalah Lazada, Akulaku, Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Blibli, JD.ID, dan Elevenia

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 234 responden dan jenis penelitian deskriptif kausal. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online. Teknik analisis data dan pengujian hipotesis menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM).

Berdasarkan hasil pengolahan data pada penelitian ini, dapat diketahui bahwa *website quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived flow*, *perceived flow* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *perceived flow* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, dan *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pada *website* Elevenia.

Kata Kunci: *website quality*, *perceived flow*, *customer satisfaction*, *purchase intention*, Elevenia, SEM