

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh keragaman produk dan promosi penjualan terhadap minat beli ulang konsumen di Toko *Online* Lazada dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden dimana responden yang diambil memiliki kriteria sebagai pengguna *e-commerce* Lazada di Semarang yang pernah melakukan pembelian minimal satu kali pada *e-commerce* Lazada selama tahun 2020 hingga tahun 2021. Metode kuesioner yang digunakan terdiri dari pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup. Data kemudian dianalisis secara kuantitatif dan struktural menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan alat berupa program *Analysis Moment of Structural* (AMOS) versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang. Sementara kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci : Keragaman Produk, Promosi Penjualan, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang