

ABSTRAK

Teknologi informasi terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Internet menjadi salah satu kreasi yang muncul dari perkembangan tersebut dan saat ini telah banyak digunakan oleh masyarakat. Banyaknya penggunaan internet kemudian mendorong perubahan gaya hidup masyarakat salah satunya dalam kegiatan berbelanja. Masyarakat mulai melakukan kegiatan belanja secara online. Salah satu situs belanja online yang banyak diminati adalah Lazada. Pada tahun 2017, Lazada berhasil memimpin di peringkat 1 dengan pengunjung terbanyak untuk situs jual beli online. Berbeda dengan tahun 2017, tahun 2018 Lazada terus mengalami penurunan jumlah pengunjung yang sangat signifikan. Di sisi lain, terdapat banyak keluhan baik dari konsumen maupun seller. Sehingga dilakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *website design*, *fulfillment* dan *privacy/security* terhadap minat beli ulang konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai intervening.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa universitas Diponegoro Semarang yang sudah pernah melakukan pembelian di Lazada. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) yang dioperasikan dengan program Amos 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *website design*, *fulfillment* dan *privacy/security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya, kepuasan konsumen juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.

Kata kunci : *Website design*, *fulfillment*, *privacy/security*, **kepuasan konsumen, minat beli ulang konsumen.**