

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari kualitas informasi dan kualitas pelayanan pada *website* terhadap kepuasan konsumen dalam meningkatkan minat beli ulang pada situs Elevenia.co.id. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas informasi dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen, kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi dan minat beli ulang sebagai variabel dependen.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 147 mahasiswa Universitas Diponegoro yang pernah melakukan transaksi pembelian pada situs Elevenia.co.id. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner yang disebar dengan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dianalisis menggunakan alat analisis AMOS 20.0 dengan teknik *Maximum Likelihood*.

Hasil dari analisis SEM yang dilakukan, menunjukkan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang sedangkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen namun tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat beli ulang dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Dengan demikian, untuk meningkatkan minat beli ulang pada situs Elevenia.co.id, perusahaan harus meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara memberikan kualitas informasi dan kualitas pelayanan sebaik mungkin pada *website*.

Kata kunci: Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan Minat Beli Ulang