

## ABSTRAK

Fenomena yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah faktor apa sajakah yang mempengaruhi konsumen *online shop* Laris Manies sehingga mau untuk tetap melakukan pembelian dan loyal kepada *online shop* Laris Manies di tengah persaingan dari perusahaan-perusahaan yang lebih besar baik *online* maupun *offline* yang menjual produk sejenis dimana jumlah pembelian berulang pada *online shop* Laris Manies mengalami peningkatan sebesar 6,8% per bulan. Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi minat loyalitas konsumen ini diduga disebabkan oleh kecepatan layanan, kesiapan informasi barang dan kualitas relasional. Faktor-faktor tersebut dipadukan dengan kepuasan konsumen akan menyebabkan konsumen semakin menjadi loyal dengan melakukan pembelian berulang. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kecepatan layanan, kesiapan informasi barang dan kualitas relasional terhadap kepuasan dan minat loyalitas pelanggan *online shop* “Laris Manies”.

Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 398 konsumen Laris Manies Shop. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode sensus. Metode pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah *path analysis* dengan *sobel test*.

Berdasarkan penelitian, kecepatan layanan, kesiapan informasi barang dan kualitas relasional berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kecepatan layanan, kualitas relasional dan kepuasan berpengaruh positif terhadap minat loyalitas pelanggan sedangkan kesiapan informasi barang tidak berpengaruh terhadap minat loyalitas pelanggan. Berdasarkan *sobel test*, kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kecepatan layanan, kesiapan informasi barang dan kualitas relasional terhadap minat loyalitas pelanggan. Berdasarkan *path analysis* tersebut dapat diketahui bahwa jalur yang paling berpengaruh secara total terhadap minat loyalitas pelanggan adalah jalur kualitas relasional terhadap minat loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kecepatan layanan, kesiapan informasi barang, kualitas relasional, kepuasan pelanggan, minat loyalitas pelanggan