

## Abstrak

Lazada adalah perusahaan yang bergerak di bidang *online shop* yang menawarkan berbagai macam jenis produk mulai dari elektronik, buku, mainan anak dan perlengkapan bayi, alat kesehatan dan produk kecantikan, peralatan rumah tangga, perlengkapan *traveling* dan olah raga. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara parsial maupun secara simultan pengaruh iklan, *brand trust*, dan loyalitas konsumen terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan perhitungan analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menghasilkan Dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Sehingga dapat di simpulkan Iklan memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, *Brand trust* memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap loyalita konsumen, Loyalitas memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen secara parsial pada *marketing online lazada*, iklan, *brand trust* dan loyalitas konsumen berkontribusi secara simultan dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Kesimpulannya adalah Iklan lazada pada sosial media kurang menarik perhatian konsumen, oleh karena itu penulis menyarankan untuk mengubah tampilan iklan di sosial media agar tidak monoton sehingga dapat menarik perhatian konsumen, Disamping itu kecilnya *Brand trust* masyarakat terhadap lazada yang dikarenakan kurangnya pengenalan website lazada, maka perusahaan harus melakukan berbagai inovasi seperti dengan mengadakan pameran-pameran demi memperkenalkan website lazada kepada masyarakat luas, Kecilnya *brand trust* juga berdampak pada tidak adanya loyalitas konsumen dan minat beli terhadap lazada karena adanya kesan negatif saat konsumen berbelanja di lazada, seperti kurangnya kepercayaan konsumen terhadap jasa pengiriman yang diberikan pihak lazada. Oleh karena itu perusahaan harus dapat melakukan perbaikan citra dan kepercayaan konsumen seperti dengan menampilkan beberapa testimoni kepuasan pengiriman dari konsumen yang telah membeli produk di lazada serta memberikan jaminan ketepatan pengiriman dan garansi apabila barang yang di terima cacat/rusak.

**Kata kunci :** *e-marketing*, iklan, *brand trust*, loyalitas konsumen, minat beli konsumen.