

## INTISARI

Perdagangan daring di Indonesia sedang mengalami perkembangan yang pesat. Persaingan ketat bisnis situs portal belanja daring di Indonesia menjadikan desain situs sebagai faktor yang penting untuk menarik perhatian konsumen. Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh desain tata letak dan atmosfer situs terhadap niat beli konsumen dalam melakukan transaksi perdagangan daring dengan menggunakan model Stimulus-Organisme-Respon (S-O-R). Penelitian ini dilakukan melalui survei daring terhadap 200 responden yang berdomisili di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi dan telah memiliki pengalaman belanja pada situs portal belanja daring yang populer di Indonesia minimal satu kali dalam rentang waktu enam bulan terakhir. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan program AMOS 21.

Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel yang diuji memiliki hasil yang positif dan signifikan sesuai dengan hipotesis. Desain tata letak dan atmosfer situs berpengaruh positif dan signifikan pada gairah emosional dan sikap konsumen. Selanjutnya, gairah emosional dan sikap juga telah terbukti berpengaruh positif dan signifikan pada niat beli. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa implikasi manajerial kepada pemasar daring untuk mengembangkan desain situs agar dapat meningkatkan niat beli konsumen.

Kata kunci: desain situs, tata letak, atmosfer, gairah emosional, sikap terhadap situs, niat beli, perdagangan daring.

### **ABSTRACT**

*The development of e-commerce in Indonesia has grown rapidly. Stiff competition in Indonesian e-commerce has caused website design to play a major factor in attracting consumers' attention. The purpose of this study is to examine the impact of website layout and atmosphere designs on consumers' intention to purchase through the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) framework. The sample for this study comprised 200 respondents who have made at least one online purchase in the last six months. For collection data purposes, the researcher circulated an online questionnaire through online forums and social media to respondents residing in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi. The hypotheses in this study were tested using the Structural Equation Model (SEM) with AMOS 21 software.*

*The findings of this study indicate that all tested variables have positive and significant impacts which are in line with the hypotheses. The website layout design and atmosphere have a significant and positive impact on emotional arousal and attitude towards the website. Subsequently, emotional arousal and attitude have also proven to have a significant and positive impact on purchase intention. The researcher expects this study would provide several managerial implications for online marketers to develop their website designs to positively increase a customer's purchase intentions.*

*Keywords: website design, layout design, atmosphere, emotional arousal, attitude towards website, purchase intention, online shopping.*