

**PENGARUH ATMOSFER, DESAIN *LAYOUT*, GAIRAH EMOSIONAL
DAN SIKAP KONSUMEN TOKO *ONLINE* TERHADAP MINAT BELI**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Ekonomi

(S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi



Disusun Oleh:

Febriwanti Ampangallo

NPM: 12 03 19690

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2016

Skripsi

**PENGARUH ATMOSFER, DESAIN *LAYOUT*, GAIRAH EMOSIONAL
DAN SIKAP KONSUMEN TOKO *ONLINE* TERHADAP MINAT BELI**

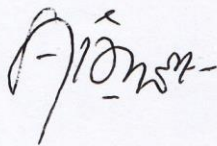
Disusun oleh:

FEBRIWANTI AMPANGALLO

NPM : 12 03 19690

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



J. Ellyawati, Dr., MM

16 januari 2017

Skripsi

**PENGARUH ATMOSFER, DESAIN *LAYOUT*, GAIRAH EMOSIONAL
DAN SIKAP KONSUMEN TOKO *ONLINE* TERHADAP MINAT BELI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Febriwanti Ampangallo

NPM : 12 03 19690

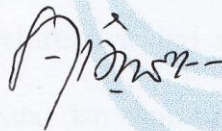
Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal 10 Januari 2017

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
Sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
(S1) Program Studi Manajemen

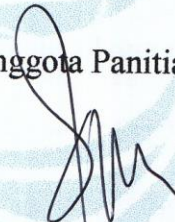
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



J. Ellyawati, Dr., MM

Anggota Panitia Penguji



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA



Drs. Ign. Sukirno, MS

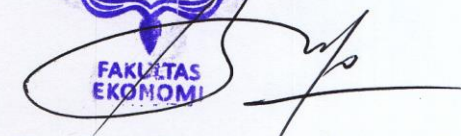
Yogyakarta, 16 Januari 2017

a.n Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



FAKULTAS
EKONOMI



Drs. Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH ATMOSFER, DESAIN *LAYOUT*, GAIRAH EMOSIONAL DAN SIKAP KONSUMEN TOKO *ONLINE* TERHADAP MINAT BELI

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 21 Desember 2016

Yang menyatakan



Febriwanti Ampangallo

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus yang maha baik atau berkat, rahmat, dan bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **PENGARUH ATMOSFER, DESAIN *LAYOUT*, GAIRAH EMOSIONAL DAN SIKAP KONSUMEN TOKO *ONLINE* TERHADAP MINAT BELI** ini dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan serta mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan bantuan, doa serta dorongan moral dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi khususnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang luar biasa memberkati, menyertai dan melancarkan segala usaha dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu J. Ellyawati Dr., MM., Terimakasih atas segala dukungan, bimbingan dan kesabaran serta waktu selama membimbing proses penyusunan skripsi ini
3. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengajar serta mendidik dari mulai awal perkuliahan hingga selesai.
4. Papa dan Mama yang tidak pernah henti-hentinya mendoakan dan memberi motivasi untuk menyelesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik. Terimakasih untuk kesabaran dan kasih sayangnya selama ini.
5. Nola Yolanda Ampangallo adik tercinta yang selalu mendukung dalam doa dan memberi semangat

6. Stanislaus Pikatan Paksi Pratama, Terimakasih atas kesabaran dalam mendengarkan keluh kesah dan perasaan lelah ketika proses penyelesaian skripsi ini. Terimakasih telah membantu, menyemangati dan menemani.
7. Xena, Steven, Tia, Alex, Puny, Dirga, Gina, Samben, Gita, Beta, Devina, Ardi, Jeje, Andi, Dani, Emil dan sahabat-sahabat yang selalu berjuang bersama.
8. Pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu mendukung kelancaran dan segala bentuk dukungan selama menjalani perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan bermanfaat bagi pihak yang memerlukan.

Yogyakarta, 22 Desember 2016

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Intisari.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian.....	5
1.6 Definisi Operasional.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II Landasan Teori.....	10
2.1 <i>E-commerce</i>	10
2.1.1 Pengertian <i>E-commerce</i>	10
2.1.2 Jenis-jenis <i>E-commerce</i>	11
2.2 Atmosfer toko.....	12
2.2.1 Pengertian Atmosfer Toko.....	12
2.2.2 Elemen Atmosfer Toko.....	13

2.3 Desain <i>Layout</i>	15
2.3.1 Pengertian Desain <i>Layout</i>	15
2.4 Gairah Emosional Konsumen.....	16
2.5 Sikap Konsumen Terhadap <i>Website</i>	17
2.6 Minat Beli.....	17
2.6.1 Pengertian Minat Beli.....	17
2.6.2 Proses Terjadinya Minat Beli.....	18
2.7 Penelitian Terdahulu.....	20
2.8 Hipotesis Penelitian.....	26
2.9 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	31
3.2 Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.2.1 Sampel dan Metode Sampling.....	32
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3 Variabel Penelitian.....	34
3.4 Metode Pengujian Instrumen.....	34
3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
3.5 Metode Analisis.....	36
3.5.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	36
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	38
3.5.4 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	39

3.5.5 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t).....	39
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Pendahuluan.....	41
4.2 Profil Responden.....	41
4.3 Analisis Regresi Sederhana dan Pengujian Hipotesis.....	43
4.3.1 Pengaruh Desain Tata Letak <i>website</i> Terhadap Emosional Konsumen	43
4.3.2 Pengaruh Atmosfer <i>website</i> Terhadap Sikap Konsumen Terhadap	
<i>website</i>	45
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis.....	47
4.4.1 Pengaruh desain tata letak <i>website</i> dan atmosfer <i>website</i> terhadap gairah	
emosional konsumen.....	47
4.4.2 Pengaruh desain tata letak <i>website</i> , atmosfer <i>website</i> dan gairah	
emosional konsumen terhadap sikap konsumen terhadap <i>website</i>	49
4.4.3 Pengaruh desain gairah emosional konsumen dan sikap konsumen	
terhadap <i>website</i> terhadap minat beli.....	52
4.5 Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP.....	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Implikasi Manajerial.....	58
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Riset Kedepan.....	60

Daftar Pustaka

Lampiran

**PENGARUH ATMOSFER, DESAIN *LAYOUT*, GAIRAH EMOSIONAL DAN
SIKAP KONSUMEN TOKO *ONLINE* TERHADAP MINAT BELI**

Disusun oleh:

Febriwanti Ampangallo

NPM: 12 03 19690

Pembimbing:

Jeanne Ellyawati, Dr., M.M.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh atmosfer, desain *layout*, gairah emosional dan perilaku konsumen toko *online* terhadap minat beli. Data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian pada *shopping website*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara keseluruhan (simultan) atmosfer, desain *layout*, gairah emosional dan sikap konsumen berpengaruh terhadap minat beli. Secara individu (parsial) desain *layout* dan atmosfer *website* berpengaruh terhadap gairah emosional, gairah emosional berpengaruh terhadap sikap konsumen terhadap *website* dan sikap konsumen terhadap *website* berpengaruh terhadap minat beli.

Kata Kunci: Atmosfer, Desain *Layout*, Gairah Emosional Konsumen, Perilaku konsumen terhadap *website*, minat beli.