

**PENGARUH DESAIN TATA LETAK DAN ATMOSFER PADA TOKO *ONLINE*
TERHADAP NIAT PEMBELIAN *ONLINE* DI TOKO BUKALAPAK.COM**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Maria Indira Saraswati

NPM: 13 03 20562

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2017

Skripsi

**PENGARUH DESAIN TATA LETAK DAN ATMOSFER PADA TOKO *ONLINE*
TERHADAP NIAT PEMBELIAN *ONLINE* DI TOKO BUKALAPAK.COM**

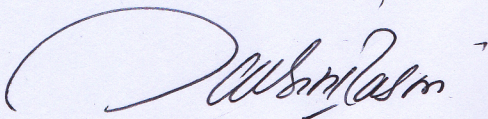
Disusun oleh:

MARIA INDIRA SARASWATI

NPM: 13 03 20562

Telah dibaca dan disetujui oleh

Pembimbing



Nadia Nila Sari, SE., MBA

15 November 2017

Skripsi

**PENGARUH DESAIN TATA LETAK DAN ATMOSFER PADA TOKO *ONLINE*
TERHADAP NIAT PEMBELIAN *ONLINE* DI TOKO BUKALAPAK.COM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Maria Indira Saraswati
NPM: 130320562**

**telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 11 Desember 2017
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
(S1) Program Studi Manajemen**

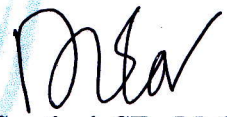
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Drs. D. Koeshartono, MM.

Anggota Panitia Penguji



E. Dita Septiari, SE., M. Sc.

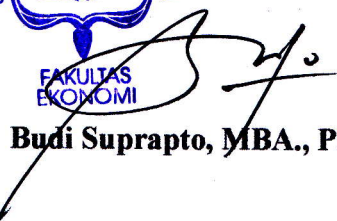


Nadia Nila Sari, SE., MBA

Yogyakarta, 12 September 2017

**Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**




Budi Suprpto, MBA., Ph. D.

PERNYATAAN

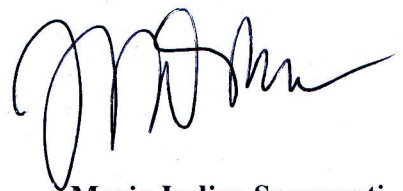
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH DESAIN TATA LETAK DAN ATMOSFER PADA TOKO *ONLINE* TERHADAP NIAT PEMBELIAN *ONLINE* DI TOKO BUKALAPAK.COM

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak 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 plagiaris sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 November 2017

Yang menyatakan,



Maria Indira Saraswati

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan, berkat dan anugerah-Nya yang melimpah sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Desain Tata Letak Dan Atmosfer Pada Toko Online Terhadap Niat Pembelian Online Di Toko Bukalapak.Com”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa selama proses pengerjaan skripsi berlangsung banyak hambatan dan tantangan yang harus dihadapi. Maka dari itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam membantu terselesaikannya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena kasih-Nya yang begitu besar sehingga saya selalu dilimpahkan berkat dan penyertaan dalam hidup, terutama pada saat proses pengerjaan skripsi berlangsung hingga dapat diselesaikan dengan baik.
2. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA selaku dosen pembimbing saya yang selalu menyediakan waktunya untuk menerima bimbingan, dan atas motivasi serta segala pengarahan yang diberikan selama proses pengerjaan skripsi.
3. Orang tua dan keluarga besar saya yang selalu sabar menghadapi saya, serta memberikan dukungan dan selalu memfasilitasi kebutuhan saya yang menunjang terselesaikannya skripsi dan perkuliahan.
4. Fendy Agus Setiawan dan Yuko Ardi Negara yang telah banyak terlibat membantu dan mengarahkan saya dengan penuh kesabaran dan ketulusan, serta motivasi dan wejangan-wejangannya selama proses penyelesaian skripsi ini.

5. Robert Ignatius Nani yang selalu memberikan *support* dan dengan caranya mampu membuat saya menjadi termotivasi untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan segera.
6. Juliana Shary, Clara Demen, Fransisca Dhalia Santoso, Angela Galuh Andhika, Josephine Siem, yang selalu bersedia mendengarkan segala keluhan dan selalu memberikan *support* kepada saya.
7. Agung Subagiya, Dewi Adnyani, Eduardus Sigalingging, I Gusti Ngurah Arvin, Priskila Checilia, Samuel, Philip Francis Raco, Septia Widasari, Calvin Sinaga, Steven Wirawan, Immanuel Tobing, Fany Permata, Reinaldhy Arya, Anin Permata, Anastasia Ningrum, Natasha Erinia dan teman-teman dekat lainnya yang selalu ada untuk saya, selalu mau dirusuhin dan direpotin, dan atas segala dukungan, motivasi, serta hiburan yang diberikan dalam bentuk apa pun.
8. WACANA CLUB (Fendy Agus Setiawan, Ingrid Nathania, Christiana Antrasita, Aufa Prayoga Hermon, Stefanus Rio Reynaldo, Gede Pradipa, Dhina Natalia, Luh Made Adnyaswari, Kadek Artawan) yang setia menemani, selalu ada dan menghibur saat suka maupun duka.
9. Seluruh kerabat KKN 71 KETAPANG dan Romo-romo Ketapang terutama Romo Busyet, Romo Widi, dan Romo Hernowo, serta para ADPL KKN 71 KETAPANG (Christian Wahyu Prabowo, Ivan Dosly Purba Siboro, Ambrosius Dwiwahyu Rickyvaneo Huvang, Silet OpenUp, Kharina Waty) dan Keluarga besar UNIT P KKN 71 KETAPANG (Clara Demen, Betsaida Sihotang, Nathania Astria, Odilia Dita, Anne Lestary, Maria Dwi Afi, Vivi Sumanti, Grama Rantetondok, Tri Wahyu Andi Santoso, Alvin Chandra, Wisnurian

Napitupulu, Dede Ahaz, Erik Tolok, Eddy Safri, Gregorius O.V. Noble) atas doa dan harapan-harapan baiknya, untuk setiap dampingannya selama KKN dan diluar KKN, dukungan-dukungannya, selalu menanyakan dan mengingatkan kapan skripsi saya selesai, terimakasih karena selalu membuat saya merasa menjadi orang yang diistimewakan dan disayang, terimakasih sudah mau menjadi keluarga yang dekat dan menyenangkan, serta sabar dalam menghadapi saya.

10. Keluarga besar SMA DON BOSCO III, HMPSM FE UAJY, dan BFL (*Blood For Life*) yang telah memberikan kesempatan untuk berdinamika bersama dan mengajarkan saya akan makna dari suatu proses, serta memberikan banyak pengalaman yang juga menghantarkan saya sampai pada titik ini.

11. Teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang memberikan banyak dukungan dan doa kepada saya terutama untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi terciptanya kesempurnaan skripsi ini agar dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 15 November 2017

Penulis,

Maria Indira Saraswati

MOTTO

“Therefore do not worry about tomorrow, for tomorrow will worry about itself. Each day has enough trouble of its own (matthew 6: 34)”

**“THE LORD IS MY STRENGTH AND MY SHIELD,
MY HEART TRUST IN HIM, AND HE HELPS ME
(PSALM 28:7)”**

“MALAS hanya akan menghasilkan **KESENANGAN JANGKA PENDEK**,
sedangkan **KERJA KERAS** akan menghasilkan **KESENANGAN JANGKA PANJANG”**

- Maria Indira Saraswati -

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Batasan Operasional	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pemasaran <i>online</i> (<i>E-Marketing</i>)	12
2.1.2 Kerangka S-O-R (<i>Stimulus-Organism-Response</i>)	15

2.1.3	Niat Beli (<i>Purchase Intention</i>)	16
2.1.4	Gejolak Emosional (<i>Emotional Arousal</i>)	18
2.1.4.1	Kesenangan (<i>Pleasure</i>)	19
2.1.4.2	Gejolak (<i>Arousal</i>)	19
2.1.5	Sikap	20
2.1.5.1	Sikap Terhadap Situs Web (<i>Attitude toward website</i>)	20
2.1.6	Desain Tata Letak (<i>layout Design</i>)	21
2.1.7	Atmosfer	22
2.2	Penelitian Terdahulu	23
2.3	Kerangka Penelitian	39
2.4	Pengembangan Hipotesis	40
2.4.1	Hubungan Antara Desain Tata Letak dengan Gejolak Emosional	40
2.4.2	Hubungan Antara Atmosfer Dengan Gejolak Emosional	41
2.4.3	Hubungan Antara Desain Tata Letak Dengan Sikap Terhadap Situs Web	42
2.4.4	Hubungan Antara Atmosfer Dengan Sikap Terhadap Situs Web	44
2.4.5	Hubungan Antara Gejolak Emosional Dengan Sikap Terhadap Situs Web	45
2.4.6	Hubungan Antara Grejolak Emosional Dengan Niat	

Beli Konsumen	45
2.4.7 Hubungan Antara Sikap Terhadap Situs Web Dengan Niat	
Beli Konsumen	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Bentuk Penelitian	48
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	48
3.3 Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	48
3.4 Metode Pengumpulan Data	49
3.5 Definsi Operasional	50
3.6 Teknik Pengukuran Instrumen Penelitian	53
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian	54
3.7.1 Uji Validitas	54
3.7.2 Uji Realibilitas	56
3.8 Metode Analisis Data	57
3.8.1 Analisis Deskriptif Persentase	57
3.8.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	57
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda	58
3.8.4 Uji t	59
3.8.5 Uji F	59
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Analisis Statistik Deskriptif Responden	62
4.1.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis	
Pekerjaan	62

4.1.2 Persentase Responden Berdasarkan Tingkat	
Pendapatan.....	62
4.1.3 Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja	
Online	63
4.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel	64
4.3 Analaisis Data	66
4.3.1 Pengujian Hipotesis	66
4.3.1.1 Pengaruh Desain Tata Letak dan Atmosfer Situs	
Web Toko BukaLapak.com Terhadap Gejolak	
Emosional	67
4.3.1.2 Pengaruh Desain Tata Letak dan Atmosfer	
Situs Web Toko BukaLapak.com Terhadap Sikap	
Terhadap Situs Web	71
4.3.1.3 Pengaruh Gejolak Emosional Terhadap	
Sikap Terhadap Situs Web Toko	
BukaLapak.com	75
4.3.1.4 Pengaruh Gejolak Emosional dan Sikap	
Terhadap Situs Web Terhadap	
Niat Beli	78
4.4 Pembahasan.....	83
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Implikasi Manajerial	86

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian	
Selanjutnya	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	92



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Penelitiann Terdahulu	23
Tabel 3.1	Definisi Operasional	50
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 3.3	Hasil Uji Realibilitas	56
Tabel 4.1	Presentase Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	62
Tabel 4.2	Presentase Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	62
Tabel 4.3	Presentase Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja Online	63
Tabel 4.4	Mean variabel per item pertanyaan kuisisioner	64
Tabel 4.5	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Desain Tata Letak dan Atmosfer Situs Web Toko BukaLapak.com Terhadap Gejolak Emosional	68
Tabel 4.6	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Desain Tata Letak dan Atmosfer Situs Web Toko BukaLapak.com Terhadap Sikap Terhadap Situs	72
Tabel 4.7	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Gejolak Emosional Terhadap Sikap Terhadap Situs Web	76
Tabel 4.8	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Gejolak	

Emosional dan Sikap Terhadap Situs Web Terhadap Niat

Beli di Toko BukaLapak.com 79

Tabel 4.9 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis 83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Statistik Pengguna Internet di Indonesia (2016)	1
Gambar 1.2	Data Pengguna Internet Berdasarkan Usia (2016)	2
Gambar 1.3	Data Pengguna Internet Berdasarkan Pekerjaan (2016)	3
Gambar 1.4	Data Perilaku Pengguna Internet Berdasarkan Konten yang Dikunjungi (2016)	4
Gambar 1.5	Contoh Desain Halaman Utama Web Toko Online.....	7
Gambar 1.6	Contoh Desain Display Produk	7
Gambar 1.7	Contoh Desain Informasi Produk.....	8
Gambar 2.1	Kerangka Penelitian	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuisisioner	86
Lampiran II	Jawaban Responden	93
Lampiran III	Uji Validitas	114
Lampiran IV	Uji Reliabilitas	123
Lampiran V	Uji Regresi Linier Sederhana	130
Lampiran VI	Uji Regresi Linier Berganda	134
Lampiran VII	Jurnal Acuan	144

**PENGARUH DESAIN TATA LETAK DAN ATMOSFER PADA TOKO *ONLINE*
TERHADAP NIAT PEMBELIAN *ONLINE* DI TOKO BUKALAPAK.COM**

Disusun Oleh:

Maria Indira Saraswati

NPM: 13 03 20562

Pembimbing:

Nadia Nila Sari, SE., MBA.

ABSTRAK

Di era yang serba modern dengan kemajuan teknologi yang pesat, sudah banyak bisnis yang memanfaatkan situs web sebagai sarana untuk menjual produknya secara *online*, dalam melakukan persaingan bisnis secara *online* banyak sekali faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat beli *online* konsumen. Pada penelitian kali ini, penulis akan membahas mengenai desain tata letak dan atmosfer pada situs web toko BukaLapak.com. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain tata letak dan atmosfer situs web Toko BukaLapak.com terhadap niat beli konsumen di Toko BukaLapak.com. Responden dalam penelitian ini adalah mereka yang sudah pernah mengunjungi situs web Toko BukaLapak.com dengan jumlah sampel sebanyak 146 sampel. Penelitian ini menggunakan kerangka S-O-R dan alat untuk analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana dan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa desain tata letak dan atmosfer memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen di Toko BukaLapak.com

Kata kunci: Desain tata letak, atmosfer, gejala emosional, sikap terhadap situs web, niat beli.