

## INTISARI

Penelitian bertujuan mengetahui pengaruh *layout design* dan *atmosphere* terhadap *emotional arousal* dan *attitude toward the website* sehingga mempengaruhi *purchase intention* pada layanan website Citilink. Penelitian merupakan replikasi penelitian sebelumnya oleh Wu *et al.*, (2014) dengan judul “*How can online store layout design and atmosphere influence consumer shopping intention on a website?*”. Jumlah sampel sebesar 135 sampel dihasilkan dari survey online. Metode pengolahan data menggunakan metode Structural Equation Model yang diolah menggunakan program Lisrel 8.70. Temuan dalam penelitian berbeda dengan penelitian Wu *et al.*, (2014) yang menunjukkan bahwa *layout design* berpengaruh positif terhadap *emotional arousal*, *atmosphere* berpengaruh negatif terhadap *emotional arousal*, *layout design* berpengaruh positif terhadap *attitude toward the website*, *atmosphere* berpengaruh negatif terhadap *attitude toward the website*, *emotional arousal* berpengaruh positif terhadap *attitude toward the website*, *emotional arousal* berpengaruh negatif terhadap *purchase intention* dan *attitude toward the website* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: *layout design*, *atmosphere*, *emotional arousal*, *attitude toward the website*, *purchase intention*