

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh rancangan situs web dan konten situs web terhadap pembelian impulsif yang dilakukan pengguna OLX Indonesia. Berdasarkan fakta terdapat penurunan peringkat situs e-commerce di Indonesia dan peningkatan keluhan pengguna OLX Indonesia. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah rancangan situs web dan konten situs web sebagai variabel independen, kemudian kesenangan sebagai variabel intervening dan pembelian impulsif sebagai variabel dependen.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 206 responden yaitu para pengguna OLX Indonesia. Metode yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dengan mendistribusikan kuesioner kepada para pengguna OLX Indonesia.

Berdasarkan hasil dari pengolahan data SEM, ditemukan hasil bahwa rancangan situs web memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesenangan dan kesenangan (sebagai variabel intervening), konten situs web tidak memiliki pengaruh terhadap kesenangan (sebagai variabel intervening) dan kesenangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif.

Kata kunci: rancangan situs web, konten situs web, pembelian impulsif