

Pengaruh Tampilan Produk dan Warna pada Apparel Website terhadap Niat Beli Konsumen = "The Effect of Product Presentation and Color on Apparel Website towards Consumer Purchase Intention"

Kharina Dwinanda Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920532065&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri online retailing semakin berkembang pesat di Indonesia, dengan produk pakaian menjadi salah satu kategori produk yang paling sering dibeli secara online. Saat mengunjungi apparel website, konsumen terpapar desain website dan informasi produk. Warna merupakan salah satu elemen desain website. Sedangkan tampilan produk berperan sebagai informasi bagi konsumen karena konsumen tidak dapat melihat dan menyentuh pakaian secara langsung. Tampilan produk dan warna menjadi stimulus bagi konsumen. Karya akhir ini bertujuan untuk menganalisa apakah tampilan produk dan warna menghasilkan respon konsumen yang berbeda-beda setelah mengunjungi website, yang dapat dilihat melalui emosi, sikap konsumen terhadap website, dan niat pembelian melalui website. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan emosi dan sikap konsumen berdasarkan tampilan produk dan warna suatu website, yang akhirnya mempengaruhi niat beli konsumen.

.....Online retailing industry is growing rapidly in Indonesia, with clothing products become one of the most frequently purchased online. When visiting an apparel website, consumers exposed to website design and information regarding the product. Color is one of the elements of the website design. Whereas the product presentation serves as information for consumer because they can't see and touch the clothes directly. Product presentation and color become a stimulus for consumers. This thesis aims to analyze whether the product presentation and colors generate different consumer response after visiting the website, which can be seen through the emotion, consumer attitude toward the website, and purchase intention through the website. From this study, it can be concluded that there is a difference of emotion and consumer attitude based on product presentation and color of an apparel website, which ultimately affects their purchase intention.