

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel anteseden dan konsekuensi terhadap kegembiraan berbelanja online. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan toko online Lazada.com dengan menyebarkan kuisioner sebanyak 200 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan jenis *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah SEM dengan menggunakan software AMOS 18 dan SPSS 22.

Berdasarkan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan berpengaruh terhadap kegembiraan, kenyamanan berpengaruh terhadap kegembiraan, merchandising tidak berpengaruh terhadap kegembiraan, atribut website tidak berpengaruh terhadap kegembiraan, kegembiraan berpengaruh terhadap *word of mouth*, kegembiraan berpengaruh niat beli kembali.

**Kata kunci : Keterlibatan, Kenyamanan, Merchandising, atribut website, Kegembiraan Pelanggan, Niat Beli Kembali, *Word of Mouth*.**

## **ABSTRACT**

*This research is intended to analyze the influence of antecedents and the consequences of online shopping excitement. The sample in this study is the customer online store Lazada.com by distributing questionnaires as much as 200 respondents. Sampling using non probability sampling technique with purposive sampling type. The method used is SEM by using software AMOS 18 and SPSS 22.*

*Based on the results of this research proves that involvement has effect on excitement, convenience has effect on excitement, merchandising has no effect on excitement, atribut of website has no effect on excitement, exciement has effect on word of mouth, kegembiraan has effect on intent to return.*

***Keywords: Involvement, Convenience, Merchandising, Atribut of Website, Consumer Delight, Word of Mouth, Intent to Return.***