**ABSTRAK**

**Pengaruh Tata Ruang Toko dan Atmosfer Toko Online terhadap Tanggapan Emosi Konsumen Toko Online *Blibli.com* pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang**

**Oleh: lrfan Maulana**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1) Pengaruh Tata Ruang dari Toko Online terhadap Tanggapan Emosi Konsumen Toko Online *Blibli.com* pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang, (2) Pengaruh Atmosfer Toko Online terhadap Tanggapan Emosi Konsumen *Blibli.com* pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. Jenis enelitian ini adalah deskriptif kausatif. Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Negeri Padang yang pemah mengakses situs *Blibli.com.* Samel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik *Non Probality Purposive Sampling.* Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar secara langsung dan dianalisis dengan menggunakan program SPSS versi 24.0. Hasil penelitin ini menunjukan bahwa (1) Tata Ruang Toko Online berpengaruh signifikan terhadap Emosi Konsumen dengan nilai koefesien -0,328 pada *p value* 0.002 dan t statistik -3.232, (2) Atmosfer Toko Online berpengaruh signifikan terhadap Emosi Konsumen dengan nilai koefesien 0.320 pada *p values* 0.002 dan t statistik 3.158.

**Kata Kunci :** Tata Ruang Toko Online, Atmosfer Toko Online. dan Tanggapan Emosional

Konsumen