

PENGARUH DISKON TERHADAP NIAT BELI MELALUI CITRA

MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA E-COMMERCE

SHOPEE

KHOIRUN NISA ALFIANTY NOOR HANIFAH

NIM. 141190050

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh diskon terhadap niat beli melalui citra merek sebagai variabel mediasi pada e-commerce Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Data dikumpulkan melalui kuesioner online kepada 100 responden yang merupakan masyarakat Indonesia yang belum pernah melakukan pembelian online pada e-commerce Shopee namun telah mengetahui keberadaan Shopee serta promosi-promosinya dan dianalisis menggunakan SmartPLS 4. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Diskon* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *niat beli* pada e-commerce Shopee, 2) *Diskon* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *citra merek* pada e-commerce Shopee, 3) *Citra merek* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *niat beli* pada e-commerce Shopee, 4) *Citra Merek* memediasi pengaruh *diskon* terhadap *niat beli* pada e-commerce Shopee.

Kata kunci : Diskon, Citra Merek, Niat Beli, E-Commerce, Shopee