

**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**