

**MODEL KETERKAITAN *DISCOUNT FRAMING*, REPUTASI MEREK,
CITRA MEREK DAN NIAT BELI PADA KONSUMEN TOKOPEDIA**

(Survei pada Generasi Z di Kota Padang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Andalas



Diajukan Oleh :

Krisna Wananda Putra

1910521014

Dosen Pembimbing :

Prof. Dr. Ratni Prima Lita, S.E., M.M

NIP. 197103311999032001

PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2025

	No. Alumni Universitas	Krisna Wananda Putra	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Sungai Penuh/11 Februari 2001, b) Nama Orang Tua : Kliwon dan Warisi, c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis, d) Departemen : Manajemen, e) No Bp : 1910521014, f) Tanggal Lulus : 26 Mei 2025, g) Prediket Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK : 3,41 i) Lama Studi : 6 tahun j) Alamat Orang Tua : Jalan Soekarno Hatta, RT. 003, Kel. Sungai Ning, Kec. Sungai Bungkal, Kota Sungai Penuh, Prov. Jambi.		

MODEL KETERKAITAN *DISCOUNT FRAMING*, REPUTASI MEREK, CITRA MEREK DAN NIAT BELI PADA KONSUMEN TOKOPEDIA

(Survei pada Generasi Z di Kota Padang)

Skripsi oleh *Krisna Wananda Putra*
Pembimbing : *Prof. Dr. Ratni Prima Lita, S.E., M.M*

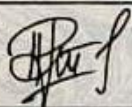
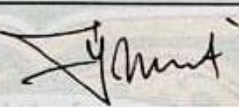
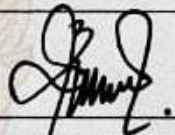
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengkaji pengaruh langsung *Discount Framing*, Reputasi Merek, Citra Merek, dan Niat Beli pada Konsumen Tokopedia. Sampel penelitian ini adalah 120 responden generasi Z yang telah berusia 17 tahun keatas, berdomisili di Kota Padang, dan mengetahui informasi tentang Tokopedia. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden secara online melalui *google form* dengan bantuan *whatsapp*. Teknik pengambilan sampel penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengelolaan data penelitian dilakukan dengan menggunakan *software* Microsoft Excel dan SmartPLS 4.1. Hasil penelitian menunjukkan variabel *discount framing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi merek, variabel reputasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, variabel reputasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, dan variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli.

Kata Kunci : *Discount Framing*, Reputasi Merek, Citra Merek, Niat Beli

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 26 Mei 2025

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Prof. Dr. Ratni Prima Lita, S.E., M.M	Yanti, SE, MM	Laura Amelia Triani, SE, MM

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen

Prof. Donard Games, S.E., M.Buss., Ph.D
NIP. 198011122005011003

Alumnus telah mendaftarkan ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: