

**PENGARUH *DISCOUNT FRAMING*, *BRAND REPUTATION*  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*  
KONSUMEN *MARKETPLACE SHOPEE***

**SKRIPSI**

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen (S.M)  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Indo Global Mandiri**



**Disusun oleh:  
NADIA SABILA  
NPM 2020510045**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI  
FAKULTAS EKONOMI  
TAHUN 2024**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh *Discount Framing*, *Brand Reputation*  
dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Intention*  
Konsumen *Marketplace* Shopee  
Nama : Nadia Sabila  
NPM : 2020510045  
Program Studi : Manajemen  
Pembimbing I : Dr. Siti Komariah Hidayanti, MM.,CIRR.,CLMA  
Pembimbing II : Muhammad Bahrul Ulum, SE.,M.Si  
Tanggal Ujian Skripsi : 01 Februari 2024

Palembang, 06 Februari 2024

Disetujui oleh,

Pembimbing I,



Dr. Siti Komariah Hidayanti,  
MM.,CIRR.,CLMA  
NIDN. 0201077302

Pembimbing II,



Muhammad Bahrul Ulum,  
SE.,M.Si  
NIDN. 0201079401

Disahkan oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Shafiera Lazuardi,  
SE.,M.Sc.,CFP.,AFA  
NIDN: 0213109401

Dekan Fakultas Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI



Endah Dewi Purnamasari,  
SE.,MM.,CFP  
NIDN : 0204128602

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :

**Judul Skripsi** : Pengaruh *Discount Framing*, *Brand Reputation* dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Intention* Konsumen *Marketplace* Shopee  
**Nama** : Nadia Sabila  
**NPM** : 2020510045  
**Program Studi** : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

**Ketua Penguji** :



Dr. Siti Komariah Hidayanti, MM.,CIRR.,CLMA  
NIDN. 0201077302

**Penguji I** :



Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd.,M.Si  
NIDN. 0225047302

**Penguji II** :



Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA  
NIDN. 0213109401

Disahkan Oleh,

**Ketua Program Studi Manajemen**



Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc  
NIDN. 0213109401

FAKULTA **Dekan, Fakultas Ekonomi**



Endah Dewi Purnamasari, SE.,MM.,CFP  
NIDN. 0204128602

**LEMBAR REVISI**

Nama : Nadia Sabila  
NPM : 2020510045  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Discount Framing*, *Brand Reputation* dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Intention* Konsumen Marketplace Shopee

Ketua Penguji :



**Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA**  
NIDN : 0201077302

Penguji I :



**Dr. Fauziah Afriyani, S.Pd.,M.Si**  
NIDN : 0225047302

Penguji II :



**Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA**  
NIDN : 0213109401

**Palembang, 06 Februari 2024**  
**Ketua Program Studi Manajemen**



**Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc**  
NIDN. 0213109401

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nadia Sabila

NPM : 2020510045


Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 06 Februari 2024

  
Nadia Sabila  
NPM. 2020510045

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Discount Framing*, *Brand Reputation* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* Konsumen *Marketplace* Shopee. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Marzuki Alie, SE., M.M selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Endah Dewi Purnamasari, SE., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Shafiera Lazuarni, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA selaku Dosen Pembimbing I. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
5. Muhammad Bahrul Ulum, SE.,M.Si selaku dosen pembimbing II. Terima kasih telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
7. Seluruh staf tata usaha, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini.
8. Orang tua, Ayahanda Auri dan Ibunda ku tercinta Asmawati. Terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, dan doa di setiap keringat yang tak terhingga serta segala pengorbanan yang telah kalian lakukan selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih cita-cita.

9. Saudara kandungku Fitria Inpriani, S.Pd dan Ihsan Alfassen, S.T. Terima kasih telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi hingga ke tahap saat ini.
10. Keponakanku tercinta Syafira Natasya terima kasih telah selalu memberi semangat dan selalu menghibur penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
11. Teman-teman Manajemen Angkatan 2020 atas segala kebersamaan dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu-persatu terimakasih atas do'a serta dukungan yang sangat berharga bagi penulis.
13. Dan terakhir, kepada diri saya sendiri. Nadia Sabila. Terima kasih telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan dari luar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan.

Palembang, 05 Februari 2024

Penyusun,



Nadia Sabila

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh *Discount Framing*, *Brand Reputation* dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Intention* Konsumen *Marketplace* Shopee. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *Nonprobability sampling* dengan sampel sebanyak 200 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) yang dibantu dengan program *Analysis of Moment Structure* versi 24 (AMOS 24). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Discount Framing* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Reputation*, *Discount Framing* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image*, *Brand reputation* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Purchase Intention* dan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*.

**Kata Kunci :** *Discount Framing, Brand Reputation, Brand Image, dan Purchase Intention*



## **ABSTRACT**

*This research aims to test the influence of Discount Framing through Brand Reputation and Brand Image on Purchase Intention of Shopee Marketplace Consumers. This research used a non-probability sampling technique with a sample of 200 respondents. This research is quantitative research. Data were analyzed using the Structural Equation Model (SEM) assisted by the Analysis of Moment Structure version 24 (AMOS 24) program. The research results show that Discount Framing has a significant effect on Brand Reputation, Discount Framing has a significant effect on Brand Image, Brand reputation does not have a significant effect on Purchase Intention and Brand Image has a significant effect on Purchase Intention.*

***Keyword : Discount Framing, Brand Reputation, Brand Image, and Purchase Intention***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR REVISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 <i>Discount Framing</i> .....	10
2.1.2 <i>Brand Reputation</i> .....	17
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	22
2.1.4 <i>Purchase Intention</i> .....	23
2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Kerangka Pemikiran .....	31
2.4 Hipotesis.....	32

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	33
3.1.1 Objek Penelitian.....	33
3.1.2. Waktu dan Tempat Penelitian .....	33
3.1.3 Batasan Penelitian.....	34
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4. Populasi dan Sampel .....	36
3.5 Teknik Analisis .....	38
3.6 Uji Kualitas Data .....	38
3.6.1 Uji Validitas.....	38
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.6.3 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	39
3.6.4 Uji Outlier .....	40
3.6.5 Analisis Structural Equation Model (SEM).....	41
3.6.6 Uji Normalitas.....	44
3.6.7 Uji Goodness of Fit.....	45
3.7. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	47
3.7.1 Variabel Independen .....	47
3.7.2 Variabel Dependen .....	50
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	 <b>51</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	51
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	54
4.2.1 Karakteristik Responden.....	54
4.2.2 Analisis Statistik .....	57
4.2.3 <i>Structural Equation Model</i> (SEM) .....	61
4.2.4 Pengujian Hipotesis .....	69
4.3 Pembahasan .....	71

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>78</b>
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>80</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Pengukuran Skala <i>Likert</i> .....	36
Tabel 3.2 Indikator Pengukuran <i>Discount Framing</i> .....	48
Tabel 3.3 Indikator Pengukuran <i>Brand Reputation</i> .....	50
Tabel 3.4 Indikator Pengukuran <i>Brand Image</i> .....	48
Tabel 3.5 Indikator Pengukuran <i>Purchase Intention</i> .....	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
Tabel 4.4 Kriteria Penilai Responden.....	58
Tabel 4.5 Penilaian Variabel <i>Discount Framing</i> .....	58
Tabel 4.6 Penilaian Variabel <i>Brand Reputation</i> .....	59
Tabel 4.7 Penilaian Variabel <i>Brand Image</i> .....	59
Tabel 4.8 Penilaian Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas .....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 4.11 Uji Outlier .....	64
Tabel 4.12 Uji Normalitas .....	66
Tabel 4.13 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	67
Tabel 4.14 Uji Hipotesis.....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia .....	3
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	52
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Shopee .....	53
Gambar 4.3 <i>Structural Equal Model</i> .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan .....	83
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 3. Hasil Data Responden.....	88
Lampiran 3. Hasil Analisis Data.....	115

