

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Discount Framing* terhadap Reputasi Merek dan Citra Merek pada Niat Beli Kembali dan Perilaku Aktual: Konsumen *E-Commerce* Bukalapak”. Penelitian ini ditulis sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu Universitas Pelita Harapan. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung proses penulisan penelitian ini, terutama kepada:

1. Bapak Dr. (Hon) Jonathan L. Parapak, M.Eng.Sc., selaku Rektor dari Universitas Pelita Harapan
2. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA, Ph.D., selaku Dekan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Vina C. Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Danet Arya Patria. S.E, M.B.A., selaku Ketua Konsentrasi Ritel Manajemen.
5. Ibu Cynthia Anna Wijayanti, S.E., M.Mktg selaku dosen penasehat akademik (PA), yang senantiasa memberikan nasihat dan dukungan selama proses perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
6. Ibu Dr. Margaretha Pink Berlianto, S.E., M.M.,Ak., CA selaku dosen pembimbing, yang senantiasa membimbing dengan penuh kesabaran dan memberikan banyak informasi, masukan, dan dukungan yang membangun selama mengerjakan tugas akhir ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan pendidikan dan pengajaran yang sangat berharga selama proses perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.

8. Kedua orangtua tercinta yang telah memfasilitasi dan mewadahi segala kebutuhan akademik dan non-akademik, serta selalu memberikan dukungan dan doa terbaik bagi penulis.
9. Para sahabat dan teman-teman yang bersedia menemani dan mendukung selama proses perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
10. Kepada seluruh responden yang bersedia untuk memberikan informasi yang menjadi sumber data pada penelitian ini.

Akhir kata, penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang terlibat dan belum disebutkan satu per satu baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dan mendukung penulis. Peneliti menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih belum bisa dikatakan sempurna, namun peneliti tetap berharap bahwa penelitian pada tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Tangerang, 19 November 2021



Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Manajerial	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN LITERATUR	9
2.1 <i>Discount Framing</i>	9
2.2 Reputasi Merek	11
2.3 Citra Merek	13
2.4 Niat Beli Kembali	16
2.5 Perilaku Aktual.....	18

2.6 Hubungan Antar Variabel	19
2.6.1 <i>Discount Framing</i> Terhadap Reputasi Merek	19
2.6.2 <i>Discount Framing</i> Terhadap Citra Merek	19
2.6.3 Reputasi Merek Terhadap Citra Merek	20
2.6.4 Reputasi Merek Terhadap Niat Beli Kembali	21
2.6.5 Citra Merek Terhadap Niat Beli Kembali	21
2.6.6 Niat Beli Kembali Terhadap Perilaku Aktual	22
2.7 Model Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Paradigma penelitian	24
3.2 Jenis Penelitian	24
3.3 Objek & Subjek Penelitian	25
3.4 Unit Analisis	26
3.5 Pengukuran Operasional Variabel Penelitian	26
3.6 Desain Sampel & Populasi	28
3.7 Metode Pengumpulan Data	29
3.8 Metode Data Analisis	31
3.8.1 Statistik Deskriptif	32
3.8.2 Statistik Inferensial	32
3.8.2.1 Outer Model	33
3.8.2.1.1 Pengujian Reliabilitas	33
3.8.2.1.2 Pengujian Validitas	34
3.8.3 Inner Model	34

BAB IV PEMBAHASAN.....	36
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Profil Responden	36
4.2 Uji Studi Pendahuluan.....	38
4.2.1 Uji Studi Pendahuluan Reliabilitas	39
4.2.2 Uji Studi Pendahuluan Validitas	40
4.3 Statistik Deskriptif	41
4.3.1 <i>Discount Framing</i>	41
4.3.2 Reputasi Merek	42
4.3.3 Citra Merek	43
4.3.4 Niat Beli Kembali	44
4.3.5 Perilaku Aktual.....	46
4.4 Statistik Inferensial.....	47
4.4.1 Model Pengukuran	47
4.4.1.1 Outer Model.....	47
4.4.1.1.1 Pengujian Reliabilitas	48
4.4.1.1.2 Pengujian Validitas.....	49
4.4.1.1.3 <i>Heterotrait-monotrait Ratio of Correlations</i>	51
4.4.2 Pengukuran Model Struktural	52
4.4.2.1 Hasil Uji R-Square	52
4.4.2.2 Pengujian Multikolinearitas.....	53
4.5 Pengujian Hipotesis.....	54
4.5.1 Hasil Pengujian Hipotesis	56
4.5.1.1 Hasil Pengujian Hipotesis 1	56

4.5.1.2 Hasil Pengujian Hipotesis 2	57
4.5.1.3 Hasil Pengujian Hipotesis 3	57
4.5.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis 4	58
4.5.1.5 Hasil Pengujian Hipotesis 5	59
4.5.1.6 Hasil Pengujian Hipotesis 6... ..	60
4.5.2 Bootstrapping	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Implikasi Teoritis	62
5.3 Implikasi manajerial	63
5.4 Keterbatasan Penelitian	65
5.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN 1.....	82
LAMPIRAN 2.....	88
LAMPIRAN 3.....	94
LAMPIRAN 4.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian	23
Gambar 4.1 Outer Model	48
Gambar 4.2 Bootstrapping.....	61



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel Pengukuran Operasional Variabel Penelitian	26
Tabel 3.2 Model Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 4.1 persentase jenis kelamin	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	37
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir.....	38
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas <i>Pre-test</i>	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i>	40
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Discount Framing</i>	41
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Reputasi Merek	42
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek.....	43
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli Kembali.....	44
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Perilaku Aktual	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)	50
Tabel 4.15 Hasil Validitas Diskriminan	51
Tabel 4.16 Heterotrait-monotrait Ratio of Correlations	52
Tabel 4.17 Hasil R-Square.....	52
Tabel 4.18 Hasil uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis Bootstapping	54
Tabel 5.1 Perbandingan Hasil Uji Hipotesis.....	61