

ABSTRAK

Jason Moses Louis (01011170197)

“PENGARUH FRAMING DISKON TERHADAP REPUTASI MEREK DAN CITRA MEREK PADA NIAT MEMBELI DAN PERILAKU AKTUAL DALAM E-COMMERCE DI LAZADA”

(125 Halaman, 7 Gambar, 27 Tabel)

Internet mengalami kemajuan yang amat pesat akibat adanya kemajuan teknologi di dunia globalisasi. Seiring berjalannya perkembangan teknologi, gaya hidup individu juga mulai berubah. Salah satu e-commerce di Indonesia yang memaksimalkan online advertising adalah Lazada. Penerapan Framing Diskon tidak semudah itu karena masyarakat sekarang sudah semakin cerdas dan mengetahui harga asli dari barang tersebut. Reputasi merek adalah istilah untuk mencirikan sikap konsumen terhadap merek yang baik dan dapat diandalkan. Dengan memahami niat membeli konsumen, dapat membantu perusahaan untuk memahami pasar dan menyesuaikan produk atau layanan yang ditawarkan yang memungkinkan mereka mendapatkan lebih banyak penjualan dan mendapatkan keuntungan. Perilaku aktual mengacu pada cara orang membuat keputusan untuk menghabiskan waktu, uang, dan usaha mereka untuk mengkonsumsi produk atau jasa. Dalam penelitian ini memaparkan dimensi-dimensi framing diskon, reputasi merek, citra merek, niat membeli dan perilaku aktual. Responden yang dipilih adalah pengguna yang belum pernah menggunakan aplikasi *marketplace* Lazada. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 230 orang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuisisioner dengan skala pengukuran yaitu interval. Data yang sudah dikumpulkan lalu diuji dengan menggunakan program smartPLS 3.0. Dari hasil analisa, dapat disimpulkan bahwa Framing Diskon berpengaruh positif terhadap reputasi merek dan citra merek, reputasi merek memiliki pengaruh positif terhadap citra merek dan niat membeli, citra merek memiliki pengaruh positif terhadap niat membeli dan niat membeli memiliki pengaruh positif terhadap perilaku aktual.

Referensi: 2000-2021

Kata Kunci: Framing diskon, reputasi merek, citra merek, niat membeli, perilaku aktual.