

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	15
1.2.1 Identifikasi Masalah	15
1.2.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Maksud dan Tujuan	16
1.3.1 Maksud Penelitian	16
1.3.2 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian	17
1.4.1 Kegunaan Praktis	17
1.4.2 Kegunaan Akademis	17
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	18
1.5.1 Lokasi Penelitian	18
1.5.2 Waktu Penelitian	18
BAB II	19
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	19
2.1 Kajian Pustaka	19
2.1.1 <i>Flash sale</i>	19
2.1.1.1 Indikator <i>Flash sale</i>	20
2.1.2 Emosi Positif	23
2.1.2.1 Indikator Emosi Positif	25
2.1.3 <i>Impulse buying</i>	27
2.1.3.1 Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif	29

2.1.3.2 Indikator <i>Impulse buying</i>	30
2.1.4 Penelitian Terdahulu	33
2.2 Kerangka Pemikiran	37
2.2.1 Pengaruh <i>Flash sale</i> Terhadap Emosi Positif	39
2.2.2 Pengaruh <i>Flash sale</i> Terhadap <i>Impulse buying</i>	40
2.2.3 Pengaruh Emosi Positif Terhadap <i>Impulse buying</i>	40
2.2.4 Pengaruh <i>Flash sale</i> Terhadap <i>Impulse buying</i> Melalui Emosi Positif	
41	
2.3 Hipotesis Penelitian	42
BAB III	44
METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Objek Penelitian	44
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.2.1 Desain Penelitian.....	45
3.2.2 Operasional Varibel Penelitian	48
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data	51
3.2.3.1 Sumber Data.....	51
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data.....	51
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	55
3.2.5.1 Rancangan Analisis	55
3.2.5.2 Analisis Deskriptif (Kualitatif).....	56
3.2.5.3 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)	57
3.2.5.4 Pengujian Hipotesis.....	62
BAB IV	65
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	65
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	65
4.1.2 Struktur Organisasi	66
4.2 Pembahasan Penelitian	66
4.3 Karakteristik Responden	68
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68

4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	71
4.4 Analisis Deskriptif	75
4.4.1 Analisis Deskriptif <i>Flash sale</i>	76
4.4.2 Analisis Deskriptif Emosi Positif	86
4.4.3 Analisis Deskriptif <i>Impulse buying</i>	97
4.5 Analisis Verifikatif	108
4.5.1 <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	108
4.5.1.1 Validitas Konvergen (Convergent Validity)	109
4.5.1.2 Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)	110
4.5.1.3 Composite Reliability	112
4.5.1.4 Cronbach's Alpha	112
4.5.2 Inner Model	113
4.5.2.1 R-Square	114
4.5.2.2 Koefisien Jalur (Path Coefficients)	115
4.5.2.3 Uji Hipotesis	117
BAB V	136
KESIMPULAN DAN SARAN	136
5.1 Kesimpulan	136
5.2 Saran	139
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN	147