

## DAFTAR ISI

|                                                            |      |
|------------------------------------------------------------|------|
| ABSTRACT .....                                             | i    |
| ABSTRAK .....                                              | ii   |
| KATA PENGANTAR.....                                        | iii  |
| DAFTAR ISI .....                                           | v    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                        | viii |
| DAFTAR TABEL.....                                          | ix   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                      | xi   |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                    | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                    | 1    |
| 1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....          | 9    |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah.....                            | 9    |
| 1.2.2 Rumusan Masalah.....                                 | 10   |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....                     | 10   |
| 1.3.1 Maksud Penelitian.....                               | 10   |
| 1.3.2 Tujuan Penelitian .....                              | 10   |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....                               | 11   |
| 1.4.1 Kegunaan Praktis .....                               | 11   |
| 1.4.2 Kegunaan Akademik.....                               | 12   |
| 1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian .....                      | 13   |
| 1.5.1 Lokasi Penelitian.....                               | 13   |
| 1.5.2 Waktu Penelitian.....                                | 13   |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS ..... | 15   |
| 2.1 Kajian Pustaka .....                                   | 15   |
| 2.1.1 <i>Flash Sale</i> .....                              | 15   |
| 2.1.1.1 Definisi <i>Flash Sale</i> .....                   | 15   |
| 2.1.1.2 Indikator <i>Flash Sale</i> .....                  | 17   |
| 2.1.2 Keputusan Pembelian .....                            | 18   |
| 2.1.2.1 Definisi Keputusan Pembelian.....                  | 18   |
| 2.1.2.2 Indikator Keputusan Pembelian .....                | 20   |

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.2.3 Proses Keputusan Pembelian .....                      | 21 |
| 2.1.3 Hasil Penelitian Terdahulu .....                        | 23 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran .....                                  | 26 |
| 2.2.1 Pengaruh Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian .....  | 27 |
| 2.3 Pradigma Penelitian .....                                 | 28 |
| 2.4 Hipotesis .....                                           | 28 |
| BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....                     | 30 |
| 3.1 Objek Penelitian .....                                    | 30 |
| 3.2 Metode Penelitian .....                                   | 31 |
| 3.2.1 Desain Penelitian .....                                 | 33 |
| 3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....                         | 35 |
| 3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data .....                  | 38 |
| 3.2.3.1 Sumber Data .....                                     | 38 |
| 3.2.3.2 Teknik Penentuan Data .....                           | 39 |
| 3.2.4 Teknik Pengumpulan Data .....                           | 40 |
| 3.2.4.1 Uji Validitas .....                                   | 41 |
| 3.2.4.2 Uji Reliabilitas .....                                | 42 |
| 3.2.4.3 Uji MSI (Data Ordinal ke Interval) .....              | 43 |
| 3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis .....        | 43 |
| 3.2.5.1 Rancangan Analisis .....                              | 43 |
| 3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif .....                           | 43 |
| 3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif .....                          | 44 |
| 3.2.5.1.3 Pengujian Hipotesis .....                           | 48 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                  | 50 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....                            | 50 |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....                        | 50 |
| 4.1.2 Visi dan Misi .....                                     | 52 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi .....                               | 52 |
| 4.1.4 Deskripsi Jabatan .....                                 | 53 |
| 4.2 Karakteristik Responden .....                             | 53 |
| 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 53 |

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..... | 54 |
| 4.3 Hasil Analisis Deskriptif.....                   | 55 |
| 4.3.1 <i>Flash Sale</i> (X).....                     | 55 |
| 4.3.2 Keputusan Pembelian (Y).....                   | 61 |
| 4.4 Hasil Analisis Verifikatif .....                 | 67 |
| 4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....                         | 67 |
| 4.4.2 Persamaan Regresi Linier Sederhana .....       | 70 |
| 4.4.3 Analisis Korelasi.....                         | 71 |
| 4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..... | 72 |
| 4.4.5 Pengujian Hipotesis .....                      | 73 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....                      | 75 |
| 5.1 Kesimpulan.....                                  | 75 |
| 5.2 Saran.....                                       | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                 | 78 |