

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	8
1.2.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Kegunaan Praktis	10
1.4.2 Kegunaan Akademis	10
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	11
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Flash Sale	12
2.1.2 Cashback	14
2.1.3 Impulse Buying	16
2.1.4 Penelitian Terdahulu	19

2.2 Kerangka Pemikiran.....	22
2.2.1 Pengaruh Flash Sale terhadap Impulse Buying.....	23
2.2.2 Pengaruh Cashback terhadap Impulse Buying	24
2.2.3 Flash Sale dan Cashback terhadap Impulse Buying	24
2.3 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	27
3.1 Objek Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.2.1 Desain Penelitian	29
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	31
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data.....	33
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	56
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	56
4.1.2 Struktur Organisasi	57
4.1.3 Uraian Tugas (Job Description).....	57
4.1.4 Aktivitas Perusahaan.....	60
4.2 Karakteristik Responden	61
4.3 Analisis Deskriptif	63
4.3.1 Flash Sale	64
4.3.2 Cashback	70
4.3.3 Impulse Buying	74
4.4 Analisis Verifikatif.....	80
4.4.1 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	80
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi	87
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi	89

4.5 Pengujian Hipotesis.....	91
4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	91
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97