

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vi</b>
<b>INSTISARI</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Kajian Teori .....	8
2.1.1 Pengertian <i>Impulsive buying</i> .....	8
2.1.2 Indikator <i>Impulsive Buying</i> .....	9
2.1.3 Pengertian <i>Flash Sale</i> .....	9
2.1.4 Indikator <i>Flash Sale</i> .....	11
2.1.5 Pengertian <i>Online Shopping Enjoyment</i> .....	11
2.1.6 Indikator <i>Online Shopping Enjoyment</i> .....	12
2.2 Penelitian Terdahulu .....	13
2.3 Kerangka Pemikiran.....	14
2.4 Hipotesis .....	15
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>16</b>

3.1	Jenis Penelitian .....	16
3.2	Sumber Data .....	16
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	17
3.4	Populasi Dan Sampel .....	17
3.4.1	Populasi .....	17
3.4.2	Sampel .....	18
3.5	Variabel Penelitian.....	19
3.5.1	Variabel Penelitian Independen.....	19
3.5.2	Variabel Penelitian Dependen .....	19
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	19
3.7	Uji Persyaratan Instrumen.....	20
3.7.1	Uji Validitas.....	20
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	21
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	21
3.8.1	Uji Normalitas Data.....	22
3.8.2	Uji Linearitas .....	22
3.9	Metode Analisis Data.....	22
3.9.1	Regresi Linear Berganda .....	23
3.10	Uji Hipotesis .....	23
3.10.1	Uji T (uji persial) .....	23
3.10.2	Uji F (simultan) .....	24
	<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>26</b>
4.1	Deskripsi Data.....	26
4.1.1	Deskripsi Obyek Penelitian .....	26
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden .....	29
4.2	Uji Persyaratan Instrumen.....	33
4.2.1	Uji Validitas.....	33
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	35
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
4.3.1	Uji Normalitas Data.....	36
4.3.2	Uji Linieritas.....	37
4.4	Metode Analisis Data.....	37
4.4.1	Regresi Linear Berganda .....	37
4.5	Uji Hipotesis .....	39
4.5.1	Uji T (uji parsial) .....	39

4.5.2 Uji F (simultan) .....	41
4.6 Pembahasan.....	42
4.6.1 Pembahasan <i>Flash Sale</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i> .....	42
4.6.2 Pembahasan <i>Online Shopping Enjoyment</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i> .....	43
4.6.3 Pembahasan <i>Flash Sale</i> Dan <i>Online Shopping Enjoyment</i> Terhadap <i>Impulsive Buying</i> .....	44
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>46</b>
5.1 Kesimpulan .....	46
5.2 Saran .....	46

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
3.1 Instrument Skala Likert.....	17
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	19
3.3 Interpretasi Nilai r .....	21
4.1 Karakteristik Berdasarkan Prodi .....	26
4.2 Karakteristik Berdasarkan Penggunaan Aplikasi Shopee .....	27
4.3 Karakteristik Berdasarkan Pembelian di Aplikasi Shopee.....	27
4.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	27
4.5 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	28
4.6 Karakteristik Berdasarkan Angkatan .....	28
4.7 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	28
4.8 Jawaban Responden <i>Impulsive Buying</i> .....	29
4.9 Jawaban Responden <i>Flash Sale</i> .....	30
4.10 Jawaban Responden <i>Online Shopping Enjoyment</i> .....	31
4.11 Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Impulsive Buying</i> .....	33
4.12 Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Flash Sale</i> .....	34
4.13 Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Online Shopping Enjoyment</i> .....	34
4.14 Interpretasi nilai r.....	35
4.15 Hasil Uji Reliabilitas .....	35
4.16 Hasil Uji Normalitas Data .....	36
4.17 Hasil Uji Linieritas .....	37
4.18 Hasil Regresi Berganda .....	38
4.19 Hasil Uji Model Summary.....	39
4.20 Hasil Uji T .....	40
4.21 Hasil Uji F .....	42

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

1.1 Peringkat juara <i>E-Commers</i> di Indonesia tahun 2023.....	1
1.2 Stok <i>Flash Sale</i> Di Shopee Sangat Terbatas .....	2
2.1 Kerangka Pemikiran .....	14