

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viix
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Ruang Lingkup Penelitian	12
1.3.1. Ruang Lingkup Subjek	12
1.3.2. Ruang Lingkup Objek	13
1.3.3. Ruang Lingkup Tempat	13
1.3.4. Ruang Lingkup Waktu	13
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	13
1.5.1. Bagi Penulis	13
1.5.2. Bagi Perusahaan	13
1.5.3. Bagi Institusi	14
1.6. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
2.1. <i>Theory Of Reasoned Action</i>	16
2.2. Teori Perilaku Konsumen	16
2.3. Keputusan Pembelian	17
2.3.1. Indikator Keputusan Pembelian.....	17
2.3.2. Faktor Faktor Keputusan Pembelian	17
2.4. <i>Flash Sale</i>	18

2.4.1.	Indikator <i>Flash Sale</i>	18
2.5.	Variasi Produk (<i>Product Variations</i>)	19
2.5.1.	Indikator Variasi produk (<i>Product Variations</i>)	19
2.6.	Ulasan Pelanggan (<i>Online Customer Review</i>)	19
2.6.1.	Indikator Ulasan pelanggan	20
2.7.	Penelitian Terdahulu	21
2.8.	Kerangka Pemikiran	23
2.9.	Kerangka Teoritis	24
2.10.	Pengembangan Hipotesis	25
2.10.1.	Pengaruh <i>Flash Sale</i> Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.10.2.	Pengaruh Variasi produk Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.10.3.	Pengaruh Ulasan pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian....	26
2.10.4.	Pengaruh <i>Flash Sale</i> , Variasi produk, dan Ulasan pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		28
3.1.	Jenis Penelitian	28
3.2.	Sumber Data	28
3.2.1.	Data Primer.....	28
3.2.2.	Data Skunder	28
3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4.	Populasi Dan Sampel	29
3.4.1.	Populasi	29
3.4.2.	Sampel	29
3.5.	Variabel Penelitian.....	30
3.5.1.	Variabel Bebas/Independent.....	30
3.5.2.	Variabel Terikat/Dependent	30
3.6.	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.7.	Uji Prasyarat Instrumen	33
3.7.1.	Uji Validitas.....	33
3.7.2.	Uji Reabilitas	33
3.8.	Uji Persyaratan Analisis Data	34
3.8.1.	Uji Normalitas	34
3.8.2.	Uji Linieritas.....	34
3.9.	Uji Asumsi Klasik.....	35

3.9.1.	Uji Multikolinieritas	35
3.9.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.10.	Metode Analisis Data	36
3.10.1.	Uji Regresi Linear Berganda	36
3.11.	Pengujian Hipotesis.....	36
3.11.1.	Uji T (Uji Parsial)	36
3.11.2.	Uji F (Uji Signifikan Simultan)	37
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1.	Deskripsi Data.....	39
4.1.1.	Deskripsi Karakteristik Responden	39
4.1.2.	Deskripsi Jawaban Responden	41
4.2.	Hasil Pengujian Persyarata Instrumen	46
4.2.1.	Hasil Uji Validitas	46
4.2.2.	Hasil Uji Reabilitas.....	48
4.3.	Hasil Uji Persyaratan Analisis Data.....	49
4.3.1.	Hasil Uji Normalitas	49
4.3.2.	Hasil Uji Linieritas	50
4.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik	51
4.4.1.	Hasil Uji Multikolinieritas.....	51
4.4.2.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
4.5.	Hasil Metode Analisis Data	52
4.5.1.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	52
4.6.	Hasil Pengujian Hipotesis	54
4.6.1.	Hasil Uji T (Uji Parsial)	54
4.6.2.	Hasil Uji F (Uji Simultan)	56
4.7.	Pembahasan	57
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1.	Kesimpulan	61
5.2.	Saran	61
5.2.1.	Bagi Perusahaan	61
5.2.2.	Bagi Penelitian Selanjutnya.....	63
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN		67