

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	vi
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Teori S – R (Stimulus Response Theory).....	14
2.2.1 Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response)	14

2.2.2 Contoh Penerapan Teori S-O-R	17
2.3 Sales Promotion	19
2.3.1 Promosi.....	19
2.3.2 Tujuan <i>Sales Promotion</i>	19
2.3.3 Alat-alat <i>Sales Promotion</i>	20
2.3.4 Peran <i>Sales Pomotion</i>	21
2.3.5 Langkah-langkah Dalam Menentukan <i>Sales Promotion</i>	22
2.3.6 Dimensi <i>Sales Promotion</i>	25
2.4 Flash Sale	26
2.4.1 Penggunaan <i>Flash Sale</i> dan Keuntungannya	26
2.4.2 Kekurangan <i>Flash Sale</i>	27
2.4.3 Peningkatan Bisnis Menggunakan <i>Flash Sale</i>	27
2.4.4 Kiat Menjalankan <i>Flash Sale</i>	28
2.4.5 Program <i>Flash Sale</i> pada Shopee.....	29
2.5 Keputusan Pembelian Konsumen.....	30
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	30
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	30
2.5.3 Model – Model Pengambilan Keputusan.....	32
2.5.4 Proses Pengambilan Keputusan	33
2.5.5 Tipe-tipe Keputusan Pembelian	37
2.6 Keterlibatan Konsumen.....	37
2.6.1 Pengertian Keterlibatan.....	37
2.6.2 Fokus Keterlibatan	39
2.6.3 Tipe Keterlibatan.....	40
2.6.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keterlibatan.....	41

2.6.5 Mengukur Keterlibatan	45
2.6.6 <i>Low Involvement Product</i>	47
2.7. Hipotesis Teori	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Paradigma Penelitian.....	49
3.2 Metode Penelitian.....	50
3.3 Populasi Dan Sampel	50
3.3.1 Populasi	50
3.3.2 Sampel.....	51
3.3.3 Teknik penarikan sampel	52
3.4 Definisi Konsep Dan Operasionalisasi Konsep	53
3.4.1 Definisi konsep.....	53
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.6 Teknik Analisis Data.....	62
3.6.1 Skala Likert	62
3.6.2 Analisis Koefisien Korelasi (R)	63
3.6.3 Koefisien Determinasi (R ²)	65
3.6.4 Uji Hipotesis Uji T	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.1 Sejarah Shopee	67
4.1.2 Logo	79
4.1.3 Visi dan Misi	79
4.2. Hasil Penelitian	79

4.2.1 Analisis Karakteristik Responden	80
4.2.2 Analisis Frekuensi Responden	89
4.2.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	118
4.3. Teknik Analisis Data	121
4.3.1 Teknik Analisis Koefisien Korelasi (R)	121
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	122
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	122
4.4. Pembahasan	124
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	128
5.1. Simpulan.....	128
5.2. Saran.....	128
5.2.1 Saran Akademis.....	129
5.2.2 Saran Praktis.....	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	134

