

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
ORISINALITAS SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teoritis	13
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	13
2.1.2 <i>Flash sale</i>	19
2.1.3 <i>Impulse Buying</i>	21
2.1.4 <i>Post-Purchase Regret</i>	23
2.2 Landasan Empiris	26
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	41
2.3.1 Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	41
2.3.2 Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap <i>Post-Purchase Regret</i>	42
2.3.3 Pengaruh <i>Impulse Buying</i> terhadap <i>Post-Purchase Regret</i>	41
2.4 Kerangka Pemikiran	42
2.5 Hipotesis	47
2.6 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	49

2.6.1 Definisi Konsep	49
2.6.2 Definisi Operasional	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
3.1 Tipe Penelitian.....	54
3.2 Ruang Lingkup Penelitian	54
3.3 Lokasi Penelitian	54
3.4 Populasi dan Sampel.....	55
3.4.1 Populasi.....	55
3.4.2 Sampel	55
3.5 Teknik Sampling	55
3.6 Sumber Data	56
3.7 Teknik Pengumpulan Data	56
3.8 Skala Pengukuran Data.....	57
3.9 Uji Instrumen Penelitian.....	57
3.10 Teknik Analisis Data	59
3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	59
3.10.2 Analisis Statistik Inferensial	59
3.11 Uji Hipotesis.....	61
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PERUSAHAAN.....	62
4.1 Sejarah Perusahaan Skintific	62
4.2 Visi dan Misi Skintific.....	63
4.3 Produk-Produk Skintific	64
BAB V HASIL PENELITIAN.....	71
5.1 Uji Intstrumen Penelitian.....	71
5.2 Profil Responden	74
5.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	77
5.4 Analisis Statistik Inferensial.....	97
BAB VI PEMBAHASAN.....	107
6.1 Kontribusi Teoritis.....	107
6.2 Kontribusi Empiris	111
6.3 Kontribusi Manajerial.....	114

6.4 Keterbatasan Penelitian	116
BAB VII PENUTUP	117
7.1 Kesimpulan.....	117
7.2 Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	125