

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Kegunaan Penelitian	15
BAB II LANDASAR TEORI	17
A. Landasan Teoritis	17
1. Persepsi Harga.....	17
a. Pengertian Persepsi Harga	17
b. Indikator Persepsi Harga	18
c. Persepsi Harga dalam Pandangan Islam	19
2. Persepsi Kualitas Produk	21
a. Pengertian Persepsi Kualitas Produk.....	21
b. Indikator Persepsi Kualitas Produk	22

c. Persepsi Kualitas Produk dalam Pandangan Islam	23
3. Promo <i>Flash Sale</i>	24
a. Promosi.....	24
b. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	26
c. Promo <i>Flash Sale</i>	27
d. Kondisi Terjadinya <i>Flash Sale</i>	29
e. Produk <i>Flash Sale</i>	29
f. Indikator Promo <i>Flash Sale</i>	29
4. <i>Impulse Buying</i> (Pembelian Tidak Terencana)	30
a. Definisi <i>Impulse Buying</i>	30
b. Karakteristik <i>Impulse Buying</i>	31
c. Jenis-Jenis <i>Impulse Buying</i>	32
d. Pengukuran <i>Impulse Buying</i>	33
e. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulse Buying</i>	34
f. <i>Impulse Buying</i> dalam Pandangan Islam	35
B. Penelitian Terdahulu.....	37
C. Kerangka Pemikiran	41
D. Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Metode Penelitian	48
B. Operasional Variabel	48
C. Populasi dan Sampel.....	54
1. Populasi	54
2. Sampel	55
D. Teknik Pengumpulan Data	56

E.	Uji Instrumen Penelitian.....	56
1.	Uji Validitas	60
2.	Uji Reabilitas.....	63
F.	Uji Prasyarat Analisis	65
1.	Uji Asumsi Dasar	65
a.	Uji Normalitas Data.....	65
b.	Uji Linieritas.....	66
2.	Uji Asumsi Klasik	66
a.	Uji Multikolinearitas.....	66
b.	Uji Heteroskedastisitas.....	67
G.	Teknik Analisis Data	67
1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	68
2.	Analisis Pengujian Hipotesis	69
H.	Tempat dan Waktu Penelitian	73
1.	Tempat Penelitian	73
2.	Waktu Penelitian	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		75
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	75
1.	<i>Marketplace</i> Shopee.....	75
2.	Sejarah dan Perkembangan <i>Warrior Official Shopee Mall</i>	76
3.	Karakteristik Responden	77
B.	Hasil Penelitian.....	78
1.	Uji Prasyarat Analisis Data.....	78
a.	Uji Asumsi Dasar.....	78
b.	Uji Asumsi Klasik.....	82

2. Analisis Data	84
a. Analisis Statistik Deskriptif	84
b. Uji Hipotesis	92
BAB V PENUTUP	118
A. Simpulan	118
B. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	