

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN. ....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Promosi Penjualan .....	13
2.2.2 Diskon.....	16
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	17
2.2.4 Pengaruh Promosi <i>Flash Sale</i> Terhadap Keputusan Pembelian .	21
2.2.5 Pengaruh Diskon <i>Brand Sale</i> Terhadap Keputusan Pembelian..	22
2.3 Kerangka Konseptual .....	22
2.4 Hipotesis .....	23

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian .....	24
3.2 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel .....	25
3.3 Skala Pengukuran Variabel .....	27
3.4 Populasi dan Sampel .....	27

3.5	Populasi dan Sampel .....	29
3.6	Jenis Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....	30
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	30
3.8	Teknik Analisis Data.....	33
3.8.1	Analisis Deskriptif .....	33
3.8.2	Analisis Regresi Berganda .....	34
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.8.4	Pengujian Hipotesis.....	36
3.9	<i>R – Squared Coeficients</i> .....	40

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1.	Hasil Penelitian .....	38
4.2.	Pembahasan.....	49

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1.	Kesimpulan .....	52
5.2.	Saran .....	53

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

