

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Awaluddin, R. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Insania
- Cangara, Hafied. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi. Edisi 2*. Jakarta: RajaGrafindo.
- Daryanto dan Muljo Rahardji. (2016). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Gava Media
- Djohan, Agustinus Johannes. (2016). *Manajemen dan Strategi Pembelian*. Malang: MNC.
- Fandy Tjiptono.2008. *Strategi Pemasaran. Edisi III*. Yogyakarta: ANDI.
- Firmansyah, Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Surabaya: Qiara Media.
- Hamidah Sari, Ovi et all. (2021). *Manajemen Bisnis Pemasaran Cetakan 1*. Yayasan Kita Menulis.
- Indrajit, Richardus Eko. (2002). *Electronic Commerce: Strategi dan Konsep Bisnis Di Dunia Maya*. Aptikom.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irwansyah, Rudy dkk. (2021). *Perilaku Konsumen. Cetakan I*. Bandung: Widina Bhakti
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pertama)*. Kencana.
- Muljono, Ryan Kristo. (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Muksrom, Zaenal. (2020). *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala*

*Komunikasi Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Kencana.

- Philp, K. (2002). *Analisis Manajemen Pemasaran , Perencanaan, Impementasi dan Pengendalian*. 1(3), 89.
- Rachmadi, Tri. (2020). *The Power Of Digital Marketing*. Tiga Ebook
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Ritonga, Husni Muharram, dkk (2018). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi*. Medan: Universitas Pembangunan Panca Budi.
- Romindo, dkk. (2019). *E-commerce; Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Rosmayati, Siti dkk. (2020). *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya Di Era Digital*. Bandung: Widina Bhakti.
- Schiffman, L.G. dan Kanuk. 2012. *Consumen Behaviour*. USA: New Jersey Prentice Hall.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sitorus, Onny Fitriana dan Novelia Utami. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
- Soegiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang dan Fandy Tjiptono. (2018). *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. IPB Press
- Sumarwan, Ujang. (2003). *Perilaku Konsumen; Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Cetakan I*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Taan, H. (2020). *Buku Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja*. Yogyakarta: Zahir Publishing
- Tanama, Budi Rahayu. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Utami, Indah Wahyu. (2017). *Perilaku Konsumen: Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Surakarta: Pustaka Bengawan.
- Widyastuti, Sri. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu; Solusi Menembus Hati Pelanggan*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila.

Yulianti, Farida; Lamsah; Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin: Deepublish.

**Sumber jurnal:**

Africa, S., Development. (2020). *Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X Di SMK Negeri 2 Ponorogo*. *Human Relations*, 3(1), 1–8.

Ansyaf, Lailan Khairina. (2019). *Fenomena Online Shopping; Studi Gaya Hidup Konsumen Online Shopping Pada Mahasiswa Di Kota Medan*. Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.

Ardin, W. (2020). *Pengaruh Flash sale dan Tagline “ Gratis Ongkir ” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online*. 174.

Darwipat, Dermawansya, AgusSyam & Marhawati. (2020). *Pengaruh Program Flash sale Terhadap Perilaku Impulsive Buying Konsumen Marketplace*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Makassar.

Devitasari. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan Aplikasi Shopee Terhadap Minat Membeli Masyarakat*. Universitas Sriwijaya.

Endang, Mardiani, Jorge Imanuel. (2013). *Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online (E-Marketing)*. Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul Jakarta. Vol. 4 No. 2

Fahrevi, Sendy Rahmat; Budhi Satrio (2018). *Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee.co.id*. Vol.7. No. 3.

Fitrawaty, & Hasibuan, R. D. A. (2018). *Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Pensisikan Ekonomi Angkatan 2015 Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan*. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 6(7), 21–27.

Hakim, Wahyudi & Mustika. (2012). *Implementasi Bauran Pemasaran Pada PT. Cartenz Indonesia Cabang Jember*. Fisip Universitas Jember. Vol. 1. No. 1

Herlina, Julia Loisa & Teady Matius. (2021). *Pengaruh Promosi Flash sale Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembeli Di Marketplace Online*. Universitas Bunda Mulia. Jakarta

Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). *Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249.

Irmawati, D. (2011). *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis*. *Orasi*

*Bisnis*, VI(November), 95–112.

- Larief, Chaeru. (2009). *Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Mie Instan Indofood Semarang)*. Semarang: Ilmu Komunikasi Universitas Semarang. Vol 1. No. 1
- Larasari, Mega. (2021). *Pengaruh Gratis Ongkir, Flash sale , dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian*. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah.
- Lucyantoro, Ilham & Rizaldy. (2017). *Penerapan Strategi Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada di MyBCA Ciputra World Surabaya)*. Universitas 45 Surabaya.
- Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 3(1), 21.
- Lupi, Fadel Retzen dan Nurdin. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-commerce Pada Tokopedia.com*. Vol. 2. No. 1.
- Madinah, Nabela Fitriya. (2021). *Pengaruh Strategi Marketing Flash sale Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Online Ditinjau Dari Perilaku Konsumen Islami*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
- Medah, Melgiana. (2016). *E-commerce sebagai Pendukung Pemasaran Terpadu*. Politeknik Pertanian Negeri Kupang.
- Muliyana, Taufik, Ama Suyanto. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. Vol. 6. No. 2.
- Octaviani, Lisa; Arief Sudrajat. (2016). *Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*. Vol. 04. No.03.
- Pasigai, M. A. (2009). Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan*, 1(1), 51–56.
- Purwana, Dedi; Rahimi & Shandy Aditya. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Daerah Malaka Sari, Duren Sawit*. Vol. 1. No. 1
- Putri, Nur Afifah Rosnadia dan Sri Setyo Iriani. (2019). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Di Shopee*. Vol. 8. No. 2.
- Rapitasari, Diana. (2016). *Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Universitas Bhayangkara. Vol 10 No. 2

- Sahla, Hilmiatus. (2019). *Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Islam*. Vol 5 No 2
- Sari, Chaca Andira. (2015). *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga*. Vol. IV. No. 2.
- Selang, Christian A.D, (2013). *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol. 1 No. 3.
- Setiawan, Wilson dan Sugiono Sugiharto. (2014). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza*. Vol 2. No. 1.
- Shage, Yoga Perdana. (2019). *Pengaruh Terpaan Iklan Shopee 9.9 Super Shopping Day di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Followers Shopee*. Jakarta: Universitas Prof. DR. Moestopo.
- Shavitri, A. (2020). *Analisis Perilaku Belanja Online pada Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UMP Purwokerto)*. 1–84.
- Suhari, Yohanes. (2008). *Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Vol. XIII. No. 2.
- Sumolang, Karina dan Silvy Mandey. (2018). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sam Ratulangi Manado Menggunakan Kartu Simpati Telkomsel*. Vol. 6 No. 1.
- Zakiyyah, A. M. (2018). Pengaruh *Flash sale* Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online “Pulchragallery.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 63–70.

#### **Internet:**

- Digital Marketing: Upaya jitu Promosi Bisnis*. nisgshodter.co.id (Diakses pada 01 Juli Pukul 14.07)
- Mengenal Flash sale* . <https://www.suara.com> (Diakses pada 01 Juli 2021 Pukul 17.14)
- Negara Dengan Pertumbuhan e-commerce Tercepat*. databoks.katadata.co.id (Diakses pada 01 Juli 2021 Pukul 17.21)
- Strategi Pemasaran Shopee*. <https://exrush.com> (Diakses Pada 30 Juli 2021 Pukul 13.07)
- Universitas Hasanuddin. <https://unhas.ac.id/>. (Diakses 07 Oktober 2021 Pukul 09.52)
- Yusra, Y. (2018). *Layanan e-commerce Terpopuler di Indonesia*. (Diakses pada 05 Juli 2021 Pukul 14.02).

# LAMPIRAN

## LAMPIRAN 1

### PROFIL PENULIS



Nama : Mudrikah Amalia Anwar  
NIM : E021171014  
Tempat, Tanggal Lahir : Kotu Enrekang, 26 Agustus 1998  
Alamat : Jl. Damai Kompleks Unhas. Tamalanrea Indah  
Nama Ayah : H. Anwar  
Nama Ibu : Rabia

#### Riwayat Pendidikan,

1. SDN 15 Kotu
2. SMP Negeri 3 Anggeraja
3. SMA Negeri 1 Enrekang
4. Universitas Hasanuddin

## LAMPIRAN 2

### KUESIONER PENELITIAN

Kriteria responden:

1. Mahasiswa Universitas Hasanuddin (angkatan 2018, 2019 dan 2020)
2. Menggunakan aplikasi *e-commerce Shopee*
3. Pernah melakukan transaksi minimal dua kali

Identitas responden:

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Usia :
4. Fakultas :
5. Penghasilan/Uang saku perbulan:
  - a. < Rp. 500.000
  - b. Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
  - c. Rp. 1.000.000 – 2.000.000
  - d. > Rp. 2.000.000
6. Berapa kali melakukan pembelian di shopee
  - a. 2 kali
  - b. 3-5 kali
  - c. 5-10 kali
  - d. >10 kali

Petunjuk Pengisian :

- Berilah tanda (×) pada jawaban yang anda pilih
- Diharapkan pertanyaan dijawab dan tidak ada yang terlewatkan
- Pilihlah jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan keadaan sebenarnya
- Adapun alternatif jawabannya adalah:

**STS = Sangat Tidak Setuju**

**TS = Tidak Setuju**

**RG = Ragu-ragu**

**S = Setuju**

**SS = Sangat Setuju**



No	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
<b>Variabel Flash Sale (X)</b>						
<b>Frekuensi Promosi</b>						
1.	Shopee sering mengadakan promosi flash sale secara berkala					
2	Shopee sering mengadakan flash sale secara besar-besaran pada beberapa tanggal tertentu setiap tahunnya (seperti 9.9, 11.11, dan 12.12)					
<b>Kualitas Promosi</b>						
3	Flash sale yang diadakan shopee membuat saya tertarik untuk melakukan transaksi di shopee					
4	Flash sale menarik banyak pelanggan baru untuk berbelanja di shopee					
<b>Waktu Promosi</b>						
5.	Saya merasa flash sale yang dilakukan shopee berlangsung diwaktu yang sangat tepat					
6.	Waktu untuk setiap sesi flash sale shopee dilakukan pada waktu tertentu saja					
<b>Ketepatan Sasaran Promosi</b>						
7.	Saya merasa program flash sale membuat saya sering berbelanja di shopee daripada e-commerce lainnya					
8.	Program flash sale shopee sesuai dengan keinginan saya sebagai konsumen					
<b>Variabel Y (Perilaku Membeli</b>						
<b>Spontanity</b>						

1.	Saya akan langsung membeli produk yang menarik bagi saya pada program <i>flash sale</i>					
2.	Saya langsung melakukan pembelian karena potongan harga yang ditawarkan					
<b>Power, Compulsion and Intensity</b>						
3.	Shopee memiliki kemampuan untuk memengaruhi saya agar melakukan pembelian					
4.	Saya merasakan kebutuhan untuk membeli barang yang belum saya miliki sebelumnya pada promo flash sale karena harga yang ditawarkan lebih murah					
5.	Saya merasakan dorongan untuk mencoba mendapatkan barang yang saya inginkan dengan harga murah pada sesi <i>flash sale</i>					
<b>Excitement and Simulation</b>						
6.	Saya merasa antusias untuk mencoba berbelanja di shopee pada sesi flash sale karena potongan harga yang diberikan					
7.	Saya selalu memiliki dorongan keinginan kuat untuk berbelanja pada sesi flash sale shopee karena memiliki pengalaman berbelanja yang baik pada aplikasi tersebut					
<b>Disregard for Consequences</b>						
8.	Saya membeli produk yang ditawarkan pada sesi flash sale meskipun barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan					
9.	Saya lebih memilih membeli saat sesi <i>flash sale</i> Shopee dan mengabaikan kemungkinan bahwa <i>marketplace</i> lain menjual produk tersebut dengan harga yang lebih murah					

LAMPIRAN 3

**TABULASI DATA**

1. Pengaruh Promosi *Flash sale Shopee*

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Total X
1	4	4	3	3	2	4	2	3	25
2	4	5	4	4	3	4	4	3	31
3	4	5	5	4	3	4	4	4	33
4	4	4	3	4	4	4	4	4	31
5	4	5	5	4	4	3	4	3	32
6	5	5	5	5	5	3	4	3	35
7	5	5	3	3	3	4	3	3	29
8	5	5	4	5	4	5	4	3	35
9	5	5	3	4	4	5	2	2	30
10	4	5	5	4	4	4	2	4	32
11	4	5	4	4	4	4	4	4	33
12	4	5	3	4	4	4	4	4	32
13	4	4	4	5	4	2	4	4	31
14	4	5	5	5	3	5	5	4	36
15	5	5	3	5	3	4	4	4	33
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	5	5	3	4	4	4	4	3	32
18	5	5	4	4	4	4	3	4	33
19	5	5	4	4	4	4	4	3	33
20	4	4	4	4	3	4	2	2	27
21	5	5	4	4	2	5	4	2	31
22	4	5	5	4	4	3	5	4	34
23	4	5	5	5	4	5	5	5	38
24	5	5	5	4	4	5	5	5	38
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	4	3	4	4	4	4	4	4	31
27	4	5	4	4	4	4	2	3	30
28	4	5	3	4	3	5	2	3	29
29	4	5	5	4	3	3	5	4	33
30	5	5	5	5	4	2	5	4	35
31	4	5	5	4	4	4	5	5	36
32	5	5	5	5	3	4	4	4	35
33	4	3	4	4	4	4	3	4	30
34	5	5	2	5	3	5	2	2	29
35	5	5	4	4	3	2	2	4	29
36	5	5	4	5	4	4	4	3	34

37	5	5	4	3	4	4	5	3	33
38	4	5	3	3	2	4	4	2	27
39	4	4	5	4	3	4	5	4	33
40	5	5	5	5	3	2	5	5	35
41	4	4	3	4	4	4	4	4	31
42	4	4	4	3	3	4	4	4	30
43	5	5	5	5	3	5	5	5	38
44	4	5	4	4	3	4	2	3	29
45	5	5	4	5	4	5	4	5	37
46	4	4	4	5	4	4	5	3	33
47	4	5	5	5	4	4	4	4	35
48	4	5	2	3	3	4	2	2	25
49	4	5	4	4	4	3	4	4	32
50	4	5	2	3	2	5	2	2	25
51	5	5	5	5	4	4	5	5	38
52	4	5	4	4	3	5	2	3	30
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	4	4	4	3	3	4	2	3	27
55	5	5	5	4	4	4	5	5	37
56	5	5	4	5	4	4	4	4	35
57	4	5	4	4	4	4	5	4	34
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	5	5	2	4	2	4	2	3	27
60	4	4	4	3	2	4	4	3	28
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	5	5	1	3	4	2	1	1	22
63	4	4	3	4	2	5	3	2	27
64	5	5	5	5	2	5	5	5	37
65	5	5	4	5	4	5	4	5	37
66	4	4	4	4	4	3	4	4	31
67	5	5	4	4	4	4	4	4	34
68	4	5	4	5	4	4	2	3	31
69	5	5	3	5	3	5	5	5	36
70	4	5	4	4	3	4	4	4	32
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	5	5	3	4	4	4	3	4	32
73	4	5	5	5	3	4	5	4	35
74	5	5	4	4	4	4	2	2	30
75	5	5	4	4	2	5	5	3	33
76	5	5	3	4	2	4	2	2	27
77	5	5	5	5	4	4	3	4	35
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	4	5	4	4	4	3	4	4	32
80	4	4	3	3	3	4	3	2	26
81	3	4	4	4	3	3	4	3	28

82	4	5	4	4	4	4	3	4	32
83	5	5	4	4	4	4	4	4	34
84	5	5	4	3	3	4	4	4	32
85	4	5	4	4	3	4	4	4	32
86	4	5	4	3	4	4	4	4	32
87	4	5	4	3	4	4	4	4	32
88	4	4	4	3	3	4	3	3	28
89	4	5	4	3	3	4	3	4	30
90	4	5	4	3	2	4	4	4	30
91	4	5	4	3	2	4	4	4	30
92	5	5	4	3	3	4	4	3	31
93	4	4	4	3	3	4	4	4	30
94	4	5	4	3	3	4	2	4	29
95	4	5	4	3	4	4	4	4	32
96	4	4	3	3	3	4	3	3	27
97	4	5	4	3	2	4	4	4	30
98	4	5	4	4	4	4	4	4	33
99	4	5	4	2	4	4	4	3	30
100	4	4	4	3	3	4	2	3	27
101	4	5	4	3	3	4	3	4	30
102	4	4	3	4	3	4	4	4	30
103	4	5	4	4	3	4	3	4	31
104	4	4	3	3	3	4	4	4	29
105	4	4	4	3	3	4	4	4	30
106	4	4	4	3	3	4	4	4	30
107	4	4	4	4	3	4	4	4	31
108	4	4	3	3	3	4	4	3	28
109	4	4	4	3	3	4	4	4	30
110	4	4	4	3	3	4	4	4	30
111	4	4	4	3	3	4	4	4	30
112	4	4	4	3	4	4	4	3	30
113	4	5	3	3	3	4	4	4	30
114	4	4	2	2	3	4	2	3	24
115	4	4	4	3	3	4	3	4	29
116	4	4	4	3	3	4	4	4	30
117	4	4	2	3	3	4	2	3	25
118	4	4	4	4	4	4	4	4	32
119	4	4	2	3	3	4	4	4	28
120	4	4	2	3	3	4	4	4	28
121	4	4	3	3	3	4	4	4	29
122	4	4	4	3	4	4	4	3	30
123	4	4	2	4	3	4	4	4	29
124	4	4	3	3	2	4	4	4	28
125	4	4	4	3	2	4	2	4	27
126	4	4	4	3	2	4	3	4	28

127	4	4	2	3	2	4	2	3	24
128	4	4	4	3	2	4	4	4	29
129	4	4	3	3	2	4	2	4	26
130	4	4	4	3	2	4	4	4	29
131	4	4	4	4	3	4	4	4	31
132	4	4	4	2	2	4	2	3	25
133	4	4	2	3	3	4	2	3	25
134	4	4	4	3	3	4	3	4	29
135	4	4	4	3	2	4	4	4	29
136	4	4	4	3	2	4	4	4	29
137	4	4	4	4	2	4	4	4	30
138	4	4	3	4	2	4	2	3	26
139	4	4	4	3	3	4	3	4	29
140	5	5	5	5	4	4	4	4	36
141	5	5	4	5	4	4	5	5	37
142	5	5	4	5	2	4	2	2	29
143	3	3	2	3	3	4	1	1	20
144	4	4	2	3	2	4	2	3	24
145	4	4	4	3	2	4	3	3	27
146	4	4	2	3	2	4	2	3	24
147	4	4	3	3	2	4	4	3	27
148	4	4	3	3	3	4	2	2	25
149	4	4	4	3	2	4	4	4	29
150	4	4	3	3	2	4	3	3	26
151	4	4	2	3	2	4	4	3	26
152	4	4	4	3	2	4	4	4	29
153	4	4	3	3	2	4	2	3	25
154	4	5	3	3	2	4	3	3	27
155	4	4	4	3	2	4	4	4	29
156	4	4	4	3	3	4	4	4	30
157	4	4	3	3	2	4	3	3	26
158	4	4	3	3	2	4	4	4	28
159	4	4	3	4	3	4	3	4	29
160	4	4	2	3	3	4	2	3	25
161	4	4	3	3	2	4	2	3	25
162	4	4	4	2	2	4	2	3	25
163	4	4	3	2	2	4	3	3	25
164	4	4	4	3	3	4	2	3	27
165	4	4	4	4	3	4	4	4	31
166	4	4	3	3	2	4	3	4	27
167	4	4	3	3	2	4	4	4	28
168	4	4	4	3	4	4	4	4	31
169	4	4	3	3	2	4	2	2	24
170	4	4	2	3	2	4	2	2	23
171	4	4	3	3	2	4	4	4	28

172	4	4	4	3	2	4	3	4	28
173	5	5	5	5	5	5	5	5	40
174	4	4	4	4	2	4	4	4	30
175	4	4	2	3	2	4	2	3	24
176	4	4	3	3	2	4	2	2	24
177	4	4	4	3	2	4	4	4	29
178	4	4	3	4	2	4	2	3	26
179	4	4	4	3	3	4	4	4	30
180	4	4	2	3	3	4	4	3	27
181	4	4	2	3	2	4	2	3	24
182	4	4	2	3	2	4	2	3	24
183	4	4	3	2	2	4	4	4	27
184	4	3	2	2	2	4	2	3	22
185	4	4	3	3	2	4	2	3	25
186	4	4	4	3	2	4	4	4	29
187	4	4	4	4	2	4	4	4	30
188	4	4	4	2	2	4	4	4	28
189	4	4	4	4	3	4	4	4	31
190	4	4	4	3	2	4	4	4	29
191	4	4	3	3	2	4	3	3	26
192	4	4	4	3	2	4	4	4	29
193	4	4	4	3	2	4	4	4	29
194	4	4	2	3	2	4	2	2	23
195	4	4	4	3	2	4	4	4	29
196	4	4	4	4	4	4	4	4	32
197	4	4	4	4	2	4	4	4	30
198	4	4	4	4	2	4	4	4	30
199	4	4	4	4	4	4	4	4	32
200	4	4	3	2	2	4	3	4	26
201	4	4	4	4	4	4	4	4	32
202	4	4	3	4	2	4	3	2	26
203	4	4	3	3	4	4	2	2	26
204	4	4	3	2	2	4	2	2	23
205	4	4	4	3	2	4	4	4	29
206	4	4	3	3	2	4	4	4	28
207	4	4	2	3	2	4	2	2	23
208	4	4	3	3	2	4	4	4	28
209	4	4	3	3	2	4	3	4	27
210	4	4	4	4	2	4	2	3	27
211	4	4	2	3	2	4	2	2	23
212	4	4	4	3	2	4	4	4	29
213	4	5	4	4	3	4	4	4	32
214	5	5	4	3	3	4	4	4	32
215	4	4	2	3	2	4	2	3	24
216	4	4	2	3	2	4	2	2	23

217	4	4	3	3	2	4	4	3	27
218	4	4	2	3	2	4	2	3	24
219	4	4	4	3	2	4	4	4	29
220	4	4	4	4	3	4	3	4	30
221	4	5	2	3	3	4	2	2	25
222	4	4	4	3	2	4	4	4	29
223	4	5	4	3	4	4	4	4	32
224	4	5	4	4	2	4	4	4	31
225	4	5	4	2	4	4	3	4	30
226	4	5	3	3	4	4	4	4	31
227	4	5	3	4	3	4	4	4	31
228	4	5	3	3	4	4	4	4	31
229	4	4	4	2	2	4	4	4	28
230	4	4	2	3	2	4	2	3	24
231	4	4	3	3	3	4	3	3	27
232	4	4	2	3	4	4	2	3	26
233	4	5	2	3	3	4	2	2	25
234	4	4	3	3	2	4	4	4	28
235	4	4	2	3	4	4	2	3	26
236	4	4	2	4	4	4	2	2	26
237	4	4	3	2	2	4	4	4	27
238	4	4	4	3	4	4	4	3	30
239	4	4	4	4	4	4	4	4	32
240	4	4	2	4	3	4	2	2	25
241	4	4	2	3	3	4	2	3	25
242	4	4	4	3	2	4	3	4	28
243	4	4	4	3	4	4	3	4	30
244	4	4	4	3	4	4	3	3	29
245	4	4	3	2	4	4	3	3	27
246	4	4	4	2	3	4	3	4	28
247	4	4	2	2	3	4	2	3	24
248	4	4	3	3	3	4	3	3	27
249	4	4	4	3	2	4	3	3	27
250	4	4	4	3	4	4	4	4	31
251	4	4	3	3	4	4	4	3	29
252	4	4	2	3	2	4	2	3	24
253	4	4	3	3	2	4	3	3	26
254	4	4	3	2	4	4	3	3	27
255	4	4	3	3	4	4	4	4	30
256	4	4	4	3	2	4	4	4	29
257	4	4	4	3	3	4	4	4	30
258	4	4	4	4	2	4	3	3	28
259	4	4	2	3	4	4	2	3	26
260	4	4	4	3	4	4	3	3	29
261	4	4	4	3	2	4	4	3	28



262	4	4	2	3	2	4	2	2	23
263	4	4	2	3	2	4	2	2	23
264	4	4	3	3	2	4	3	3	26
265	4	4	3	3	2	4	4	4	28
266	4	4	2	3	4	4	2	2	25
267	4	5	2	3	2	4	2	3	25
268	4	4	3	3	4	4	4	4	30
269	4	4	3	4	4	4	3	3	29
270	4	4	3	3	4	4	3	4	29
271	4	4	4	4	4	4	4	4	32
272	4	4	4	3	2	4	4	3	28
273	4	4	4	3	3	4	4	4	30
274	4	4	3	3	3	4	2	2	25
275	4	4	4	4	3	4	4	4	31
276	4	5	4	3	4	4	3	3	30
277	4	4	3	3	3	4	2	3	26
278	4	4	3	3	2	4	3	2	25
279	4	4	3	3	4	4	3	3	28
280	4	4	4	3	3	4	4	5	31
281	4	4	3	3	4	4	3	3	28
282	4	5	3	4	4	4	3	4	31
283	4	5	3	3	4	4	3	4	30
284	4	4	2	3	4	4	2	3	26
285	4	5	4	4	4	4	4	4	33
286	5	5	4	4	4	4	4	4	34
287	4	5	3	4	3	4	3	4	30
288	4	5	4	3	4	4	2	3	29
289	4	4	4	4	4	4	3	3	30
290	4	5	3	3	4	4	3	3	29
291	4	4	3	4	4	4	3	4	30
292	4	5	4	3	3	4	3	3	29
293	4	4	3	4	4	4	3	4	30
294	4	4	3	4	2	4	3	2	26
295	4	4	3	4	4	4	2	3	28
296	4	5	3	4	4	4	4	3	31
297	4	4	3	4	4	4	2	3	28
298	4	4	4	3	2	4	4	4	29
299	4	4	4	3	4	4	3	4	30
300	4	4	2	3	2	4	2	3	24
301	4	5	2	3	4	4	2	2	26
302	4	4	2	3	2	4	2	3	24
303	4	4	4	3	4	4	4	4	31
304	4	4	2	3	3	4	2	2	24
305	4	4	3	4	4	4	3	3	29
306	4	4	3	3	2	4	2	3	25



7	3	3	4	4	4	3	3	2	3	29
8	2	3	2	4	2	1	1	1	1	17
9	2	3	4	3	3	3	4	2	2	26
10	4	2	3	3	4	4	4	2	4	30
11	2	2	3	3	3	3	3	2	3	24
12	2	3	3	3	3	3	4	1	3	25
13	4	4	4	4	4	4	4	2	3	33
14	3	5	5	2	2	5	2	1	2	27
15	3	4	5	4	4	4	4	1	3	32
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
17	2	2	4	4	4	4	4	2	2	28
18	4	3	4	4	4	4	3	2	4	32
19	3	3	3	3	3	3	4	4	3	29
20	4	4	4	4	4	4	2	4	4	34
21	4	2	2	4	2	2	2	2	4	24
22	4	4	5	4	4	4	4	3	4	36
23	4	4	5	5	5	4	3	2	3	35
24	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
26	3	3	3	4	4	4	4	2	3	30
27	4	4	4	3	4	4	3	2	4	32
28	2	2	4	3	4	4	2	1	1	23
29	2	4	2	4	4	4	3	2	3	28
30	4	5	5	5	5	5	5	3	4	41
31	4	5	5	5	5	5	4	2	2	37
32	3	3	4	3	5	4	4	2	3	31
33	2	4	2	4	4	4	3	2	3	28
34	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
35	1	1	1	2	5	4	2	1	4	21
36	2	2	3	2	4	4	4	2	3	26
37	4	2	3	4	4	4	4	2	3	30
38	1	1	2	4	3	2	4	1	3	21
39	4	5	4	4	5	5	5	5	4	41
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
41	2	2	3	2	3	3	4	2	2	23
42	5	4	2	2	5	4	2	1	2	27
43	2	5	5	5	5	5	5	5	1	38
44	2	2	2	3	3	4	2	1	1	20
45	5	5	5	5	5	5	4	2	2	38
46	2	2	4	4	5	5	5	1	3	31
47	3	4	4	4	4	4	2	3	4	32
48	1	2	3	2	2	2	2	1	2	17
49	3	3	4	3	4	4	4	2	4	31
50	2	2	2	2	2	3	2	2	2	19
51	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
52	4	3	2	4	3	4	3	2	2	27
53	4	4	5	5	5	5	4	3	4	39
54	2	3	3	4	4	3	3	2	3	27

55	5	5	5	5	4	5	4	3	5	41
56	2	2	2	4	4	4	4	2	2	26
57	3	4	4	4	4	4	3	3	4	33
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
59	2	3	2	3	3	3	4	2	3	25
60	2	4	4	3	4	4	4	2	4	31
61	4	5	2	5	2	4	4	2	2	30
62	1	1	1	4	1	1	2	1	1	13
63	3	4	1	4	4	3	4	5	4	32
64	3	3	3	4	4	4	4	3	2	30
65	5	5	5	5	5	5	5	1	5	41
66	4	4	4	4	4	4	5	2	2	33
67	4	3	4	4	4	4	4	2	2	31
68	2	3	4	2	2	3	2	4	3	25
69	5	5	2	5	4	5	4	2	4	36
70	3	2	3	3	5	4	5	2	3	30
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
72	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
73	5	4	4	4	4	4	4	2	3	34
74	2	2	4	2	4	4	2	2	4	26
75	3	3	3	3	2	2	2	3	3	24
76	3	2	4	3	3	3	2	2	2	24
77	2	2	3	4	4	4	4	2	4	29
78	5	5	5	5	5	5	5	1	5	41
79	3	4	4	4	4	4	4	2	2	31
80	1	1	1	1	2	2	2	1	1	12
81	3	3	4	3	4	4	3	2	2	28
82	4	4	4	4	4	3	3	2	5	33
83	4	5	3	4	3	4	4	2	4	33
84	4	4	3	4	4	4	4	2	3	32
85	4	5	4	4	4	4	4	2	2	33
86	4	4	4	4	4	5	5	2	4	36
87	4	5	4	5	4	4	4	2	3	35
88	4	4	3	4	4	4	3	2	4	32
89	3	3	3	3	4	4	4	2	3	29
90	4	3	2	3	4	4	4	2	3	29
91	4	4	3	4	4	4	4	2	4	33
92	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
93	4	4	3	4	4	4	4	2	3	32
94	2	4	3	4	4	4	4	2	3	30
95	3	3	4	2	4	4	3	2	3	28
96	3	4	3	4	3	3	3	2	3	28
97	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
98	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
99	4	4	3	4	4	3	4	2	4	32
100	4	4	2	4	3	2	3	2	2	26
101	4	4	3	4	4	4	4	2	4	33
102	4	4	3	4	4	4	4	2	3	32

103	3	4	3	4	4	4	4	2	4	32
104	4	4	3	4	4	4	4	2	4	33
105	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
106	4	4	3	4	4	4	4	2	4	33
107	4	4	4	4	4	4	4	2	3	33
108	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
109	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
110	4	4	3	4	4	4	4	2	4	33
111	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
112	3	4	3	4	4	4	4	2	4	32
113	4	4	4	4	4	4	3	2	4	33
114	4	3	3	3	4	3	3	2	2	27
115	4	3	4	3	4	4	4	2	2	30
116	4	4	3	4	4	4	4	2	4	33
117	3	4	2	4	3	3	3	1	2	25
118	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
119	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
120	4	3	3	4	4	4	4	2	4	32
121	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
122	4	4	4	4	4	4	4	2	3	33
123	4	4	3	4	4	4	4	2	4	33
124	4	4	4	4	4	4	4	1	2	31
125	4	4	4	4	4	4	4	2	2	32
126	4	4	4	4	4	4	4	1	2	31
127	4	4	2	4	4	4	3	1	2	28
128	2	2	2	3	3	3	4	1	4	24
129	2	4	3	4	4	4	4	2	2	29
130	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
131	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
132	4	4	4	4	4	4	4	1	2	31
133	4	4	3	4	4	4	3	1	2	29
134	4	4	4	4	4	4	4	1	3	32
135	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
136	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
137	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
138	4	4	4	4	4	4	4	1	2	31
139	4	4	3	4	4	4	4	1	3	31
140	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
141	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38
142	2	2	5	2	2	2	2	2	2	21
143	1	2	4	3	1	1	1	3	1	17
144	3	1	2	3	3	3	4	1	2	22
145	3	4	2	4	4	4	4	1	4	30
146	2	3	2	2	2	3	2	1	2	19
147	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
148	3	4	3	4	4	4	3	1	2	28
149	4	4	2	4	4	4	4	1	4	31
150	3	3	2	3	4	4	4	1	2	26



199	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
200	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
201	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
202	4	4	3	4	4	4	4	2	4	33
203	4	4	2	4	4	4	4	2	2	30
204	4	4	4	4	4	4	4	1	2	31
205	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
206	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
207	3	3	2	3	3	3	3	2	2	24
208	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
209	4	4	3	4	4	4	4	2	4	33
210	4	4	2	4	4	4	3	2	2	29
211	4	4	2	4	3	3	3	1	2	26
212	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
213	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
214	4	5	3	5	4	4	4	1	4	34
215	4	3	2	3	4	3	2	2	2	25
216	3	3	2	3	3	3	2	2	2	23
217	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
218	4	4	2	3	4	4	4	2	2	29
219	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
220	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
221	3	3	2	3	3	2	3	1	2	22
222	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
223	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
224	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
225	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
226	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
227	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
228	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
229	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
230	3	3	2	4	4	3	3	2	2	26
231	4	4	3	4	4	4	3	2	3	31
232	4	4	3	4	3	2	3	1	2	26
233	3	4	2	4	3	3	3	2	2	26
234	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
235	4	4	2	4	4	3	2	1	2	26
236	3	4	2	3	3	3	2	1	2	23
237	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
238	4	4	3	4	4	4	4	2	4	33
239	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
240	2	3	2	4	4	3	2	1	2	23
241	3	4	2	4	4	3	3	1	2	26
242	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
243	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
244	4	4	3	4	4	4	3	1	3	30
245	4	4	2	4	4	4	3	2	3	30
246	4	4	3	4	4	4	3	2	3	31

247	3	4	2	4	3	2	3	1	3	25
248	4	4	3	4	4	4	4	1	3	31
249	4	4	3	4	4	4	4	2	3	32
250	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
251	4	4	3	4	4	4	3	2	4	32
252	4	3	2	4	4	4	3	1	2	27
253	4	4	3	2	4	2	4	1	3	27
254	4	4	3	3	4	3	3	2	3	29
255	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
256	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
257	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
258	4	4	3	4	4	2	3	2	4	30
259	4	2	2	4	3	3	2	2	2	24
260	4	4	3	4	4	4	3	2	3	31
261	4	4	3	4	4	3	4	1	4	31
262	3	3	3	3	3	3	2	2	2	24
263	3	3	2	3	2	3	2	1	2	21
264	4	2	2	3	3	3	2	1	2	22
265	4	4	3	3	4	4	4	1	4	31
266	3	4	2	3	4	4	2	2	2	26
267	3	3	2	2	2	2	3	1	2	20
268	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
269	4	4	3	3	4	4	3	2	2	29
270	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
271	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
272	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
273	4	4	3	4	4	3	4	1	5	32
274	3	2	3	3	3	3	3	1	2	23
275	4	4	4	4	4	4	4	1	4	33
276	5	4	3	4	4	4	4	1	4	33
277	4	4	2	4	3	4	3	1	3	28
278	4	4	2	3	3	3	3	1	3	26
279	4	4	3	4	4	4	3	1	2	29
280	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
281	4	4	3	4	4	4	4	1	2	30
282	4	4	3	4	4	3	4	1	3	30
283	4	4	3	4	4	4	4	1	3	31
284	4	2	2	3	4	4	3	1	2	25
285	5	4	3	4	4	4	4	1	2	31
286	4	4	3	4	4	4	4	1	4	32
287	5	4	3	4	4	4	4	1	3	32
288	4	4	2	3	4	4	3	1	2	27
289	4	4	3	4	4	4	3	1	2	29
290	4	4	2	4	4	3	3	1	3	28
291	4	4	3	4	4	2	3	1	2	27
292	4	4	2	4	4	4	3	1	3	29
293	4	4	3	4	4	4	3	1	3	30
294	4	4	2	4	4	4	3	2	2	29



295	4	4	3	4	4	3	2	1	2	27
296	5	4	3	4	4	4	4	1	4	33
297	4	4	3	4	4	3	3	1	2	28
298	4	4	4	4	4	4	4	1	2	31
299	4	4	4	4	4	3	4	2	2	31
300	4	4	3	3	4	2	2	2	2	26
301	4	3	2	3	4	3	2	1	2	24
302	3	4	2	3	4	3	2	1	2	24
303	5	4	4	4	4	4	4	2	2	33
304	3	4	2	3	4	2	3	1	2	24
305	4	4	3	4	4	4	4	1	3	31
306	3	4	3	4	4	2	3	1	2	26
307	4	4	3	4	4	2	2	1	2	26
308	4	4	3	4	4	4	2	1	2	28
309	5	4	4	4	4	4	4	4	2	35
310	4	4	3	4	4	4	4	1	2	30
311	4	4	3	4	4	4	2	1	2	28
312	5	4	3	3	4	4	4	1	4	32
313	4	4	3	4	4	4	4	2	2	31
314	4	4	4	4	4	3	4	2	3	32
315	4	4	3	4	4	2	3	2	2	28
316	3	4	2	4	4	2	4	1	2	26
317	4	4	3	4	4	4	4	1	3	31
318	4	4	3	4	3	4	4	1	3	30
319	4	4	3	4	4	2	2	2	2	27
320	4	4	2	4	4	2	3	1	2	26
321	4	4	2	4	4	3	2	2	2	27
322	3	4	2	3	4	2	3	2	2	25
323	4	4	3	3	3	4	4	2	3	30
324	4	4	2	3	2	2	2	2	2	23
325	4	4	3	3	4	2	4	1	3	28
326	4	4	2	3	4	3	4	2	2	28
327	3	3	3	3	4	3	3	2	4	28
328	5	4	4	4	4	2	4	1	4	32
329	4	4	3	4	4	3	3	2	2	29
330	4	4	3	4	4	2	2	2	2	27
331	4	4	2	3	3	2	2	2	2	24
332	4	4	3	4	4	3	3	2	3	30
333	4	4	2	2	2	3	2	2	2	23
334	3	2	3	2	3	2	2	2	2	21
335	4	4	3	4	3	2	3	2	3	28
336	4	4	4	4	4	3	4	2	3	32
337	4	4	3	3	4	2	3	2	2	27
338	5	4	4	4	4	3	4	1	4	33
339	1	1	2	2	2	2	2	2	2	16
340	4	2	2	3	2	2	3	1	2	21

## LAMPIRAN 4

### UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan dalam menunjukkan tingkat kevalidan atau keabsahan suatu instrument. Prinsip validitas adalah pengukuran atau pengamatan yang berarti prinsip keandalan instrument dalam pengumpulan data.

#### Variabel X

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	<i>Shopee</i> sering mengadakan promosi <i>flash sale</i> secara berkala	.540	0.113	Valid
2	<i>Shopee</i> sering mengadakan <i>flash sale</i> secara besar-besaran pada beberapa tanggal tertentu setiap tahunnya (seperti 9.9, 11.11, dan 12.12)	.573	0.113	Valid
3	<i>Flash sale</i> yang diadakan <i>shopee</i> membuat saya tertarik untuk melakukan transaksi di <i>shopee</i>	.773	0.113	Valid
4	<i>Flash sale</i> menarik banyak pelanggan baru untuk berbelanja di <i>shopee</i>	.684	0.113	Valid
5.	Saya merasa <i>flash sale</i> yang dilakukan <i>shopee</i> berlangsung diwaktu yang sangat tepat	.600	0.113	Valid
6.	Waktu untuk setiap sesi <i>flash sale</i> <i>shopee</i> dilakukan pada waktu tertentu saja	.187	0.113	Valid

7.	Saya merasa program <i>flash sale</i> membuat saya sering berbelanja di <i>shopee</i> daripada <i>e-commerce</i> lainnya	0.769	0.113	Valid
8.	Program <i>flash sale shopee</i> sesuai dengan keinginan saya sebagai konsumen	0.693	0.113	Valid

#### Variabel Y

No.	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Saya akan langsung membeli produk yang menarik bagi saya pada program <i>flash sale</i>	0.610	0.113	Valid
2.	Saya langsung melakukan pembelian karena potongan harga yang ditawarkan	0.672	0.113	Valid
3.	<i>Shopee</i> memiliki kemampuan untuk memengaruhi saya agar melakukan pembelian	0.693	0.113	Valid
4.	Saya merasakan kebutuhan untuk membeli barang yang belum saya miliki sebelumnya pada promo <i>flash sale</i> karena harga yang ditawarkan lebih murah	0.724	0.113	Valid
5.	Saya merasakan dorongan untuk mencoba mendapatkan barang yang saya inginkan dengan harga murah pada sesi <i>flash sale</i>	0.712	0.113	Valid
6.	Saya merasa antusias untuk mencoba berbelanja di <i>shopee</i> pada sesi <i>flash sale</i> karena potongan harga yang diberikan	0.713	0.113	Valid
7.	Saya selalu memiliki dorongan keinginan kuat untuk berbelanja pada sesi <i>flash sale shopee</i> karena memiliki pengalaman berbelanja yang baik pada aplikasi tersebut	0.738	0.113	Valid
8.	Saya membeli produk yang ditawarkan pada sesi <i>flash sale</i> meskipun barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan	0.411	0.113	Valid

9.	Saya lebih memilih membeli saat sesi <i>flash sale shopee</i> dan mengabaikan kemungkinan bahwa marketplace lain menjual produk tersebut dengan harga yang lebih murah	0.673	0.113	Valid
----	--	-------	-------	-------

Tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan dalam pengukuran variabel *flash sale* dan variabel perilaku membeli dalam penelitian ini adalah valid. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan nilai koefisien korelasi dari masing-masing item berdasarkan *corrected item-total correlation* yang bernilai positif dan lebih besar dari r tabel yaitu 0.113

## 2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan untuk menunjukkan seberapa besar konsistensi kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Metode pengujian yang digunakan adalah metode Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila Cronbach's Alpha  $> 0.60$ .

Tabel Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Realibilitas	Keterangan
<i>Flash sale (X)</i>	0.751	0.60	Reliable
Perilaku Membeli (Y)	0.760	0.60	Reliabel

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel *flash sale* dan variabel perilaku membeli telah memenuhi syarat reliable berdasarkan nilai Cronbach's Alpha  $> 0.60$  yaitu sebesar 0.751 dan 0.760.

LAMPIRAN 5

**TABEL HASIL PENGOLAHAN DATA**

1. Uji validitas Variabel X

		Correlations									
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.612**	.274**	.491**	.388**	.299**	.324**	.018	.308**	.610**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.734	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y2	Pearson Correlation	.612**	1	.333**	.586**	.431**	.354**	.359**	.124*	.303**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.022	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y3	Pearson Correlation	.274**	.333**	1	.385**	.398**	.445**	.445**	.324**	.398**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y4	Pearson Correlation	.491**	.586**	.385**	1	.543**	.432**	.487**	.162**	.374**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.003	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y5	Pearson Correlation	.388**	.431**	.398**	.543**	1	.595**	.530**	.177**	.350**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y6	Pearson Correlation	.299**	.354**	.445**	.432**	.595**	1	.564**	.193**	.407**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y7	Pearson Correlation	.324**	.359**	.445**	.487**	.530**	.564**	1	.160**	.511**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.003	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y8	Pearson Correlation	.018	.124*	.324**	.162**	.177**	.193**	.160**	1	.172**	.411**
	Sig. (2-tailed)	.734	.022	.000	.003	.001	.000	.003		.001	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y9	Pearson Correlation	.308**	.303**	.398**	.374**	.350**	.407**	.511**	.172**	1	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001		.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
TOTAL	Pearson Correlation	.610**	.672**	.693**	.724**	.712**	.713**	.738**	.411**	.673**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 2. Uji Validitas Variabel Y

		Correlations									
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.612**	.274**	.491**	.388**	.299**	.324**	.018	.308**	.610**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.734	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y2	Pearson Correlation	.612**	1	.333**	.586**	.431**	.354**	.359**	.124*	.303**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.022	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y3	Pearson Correlation	.274**	.333**	1	.385**	.398**	.445**	.445**	.324**	.398**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y4	Pearson Correlation	.491**	.586**	.385**	1	.543**	.432**	.487**	.162**	.374**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.003	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y5	Pearson Correlation	.388**	.431**	.398**	.543**	1	.595**	.530**	.177**	.350**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y6	Pearson Correlation	.299**	.354**	.445**	.432**	.595**	1	.564**	.193**	.407**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y7	Pearson Correlation	.324**	.359**	.445**	.487**	.530**	.564**	1	.160**	.511**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.003	.000	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y8	Pearson Correlation	.018	.124*	.324**	.162**	.177**	.193**	.160**	1	.172**	.411**
	Sig. (2-tailed)	.734	.022	.000	.003	.001	.000	.003		.001	.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
Y9	Pearson Correlation	.308**	.303**	.398**	.374**	.350**	.407**	.511**	.172**	1	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001		.000
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340
TOTAL	Pearson Correlation	.610**	.672**	.693**	.724**	.712**	.713**	.738**	.411**	.673**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	340	340	340	340	340	340	340	340	340	340

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Uji Realibilitas Variabel X

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	9

4. Uji Realibilitas Variabel Y

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.760	10

5. Korelasi *Product Moment*

**Correlations**

		FLASH SALE	PERILAKU MEMBELI
FLASH SALE	Pearson Correlation	1	.583**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	340	340
PERILAKU MEMBELI	Pearson Correlation	.583**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	340	340

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

6. R Square

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.583 <sup>a</sup>	.340	.338	3.306

a. Predictors: (Constant), FLASH SALE

## 7. Coefficients

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.651	1.634		5.295	.000
	FLASH SALE	.740	.056	.583	13.197	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU MEMBELI

## 8. Nilai r Tabel

**Tabel Nilai-nilai r Product Moment**

N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi	
	5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	38	0,320	0,413
4	0,950	0,990	39	0,316	0,408
5	0,878	0,959	40	0,312	0,403
6	0,811	0,917	41	0,308	0,398
7	0,754	0,874	42	0,304	0,393
8	0,707	0,834	43	0,301	0,389
9	0,666	0,798	44	0,297	0,384
10	0,632	0,765	45	0,294	0,380
11	0,602	0,735	46	0,291	0,376
12	0,576	0,708	47	0,288	0,372
13	0,553	0,684	48	0,284	0,368
14	0,532	0,661	49	0,281	0,364
15	0,514	0,641	50	0,279	0,361
16	0,497	0,623	55	0,266	0,345
17	0,482	0,606	60	0,254	0,330
18	0,468	0,590	65	0,244	0,317
19	0,456	0,575	70	0,235	0,306
20	0,444	0,561	75	0,227	0,296
21	0,433	0,549	80	0,220	0,286
22	0,423	0,537	85	0,213	0,278
23	0,413	0,526	90	0,207	0,270
24	0,404	0,515	95	0,202	0,263
25	0,396	0,505	100	0,195	0,256
26	0,388	0,496	125	0,176	0,230
27	0,381	0,487	150	0,159	0,210
28	0,374	0,478	175	0,148	0,194
29	0,367	0,470	200	0,138	0,181
30	0,361	0,463	300	0,113	0,148
31	0,355	0,456	400	0,098	0,128
32	0,349	0,449	500	0,088	0,115
33	0,344	0,442	600	0,080	0,105
34	0,339	0,436	700	0,074	0,097
35	0,334	0,430	800	0,070	0,091
36	0,329	0,424	900	0,065	0,086
37	0,325	0,418	1000	0,062	0,081