

**PENGARUH *FLASH SALE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN  
SUBSIDI “IRONWOOD“**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**LENA SERASIANTA BR GURUSINGA**

**NPM : 2202020034**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL DAN HUKUM  
UNIVERSITAS QUALITY**

**MEDAN**

**2026**

**PENGARUH *FLASH SALE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN  
SUBSIDI “IRONWOOD”**

**SKRIPSI**

Disusun dan Diajukan untuk Melengkapi Tugas – Tugas dan Memenuhi  
Syarat – Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Pada Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality

**Oleh :**

**LENA SERASIANTA BR GURUSINGA**

**NPM : 2202020034**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL DAN HUKUM  
UNIVERSITAS QUALITY**

**MEDAN**

**2026**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lena Serasianta Br Gurusinga  
NPM : 2202020034  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Sosial dan Hukum Universitas Quality

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul **“Pengaruh *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Subsidi “Ironwood“”** merupakan hasil karya peneliti, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu perguruan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau terdapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh peneliti lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Jika skripsi ini terbukti merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya penulis lain, maka peneliti bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan skripsi dan pencabutan gelar yang peneliti peroleh sebagai hasil ujian akhir studi atas skripsi ini.

Demikian surat Pernyataan ini saya perbuat sebagai pertanggung jawaban ilmiah tanpa adanya unsur paksaan maupun tekanan dari pihak manapun juga.

Medan, Maret 2026

Yang menyatakan,



Lena Serasianta Br Gurusinga

NPM : 2202020034

## PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : PENGARUH FLASH SALE TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN SUBSIDI  
IRONWOOD

Nama : LENA SERASIANTA BR GURUSINGA

Program Studi : MANAJEMEN

Fakultas : SOSIAL DAN HUKUM

Medan, 28 March 2026

Menyetujui Tim

Pembimbing

Pembimbing Utama



Maria Kristina Situmorang SE.,M.Si  
NIP.0107018804

Pembimbing Pendamping



Conie Nopinda Br Sitepu, SE.,M.Si  
NIP.0112049001

Ketua Program Studi

Universitas Quality



Rikawati Ginting Munthe SE.,M.Si  
NIP.0114028003

Dekan Soshum

Universitas Quality



Vina Maria Ompusunggu S.Sos., MSP  
NIP.0107038901

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **Pengaruh *Flash Sale* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Subsidi “Ironwood“**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Sarjana (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada bapak dan ibu serta semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Dedi Holden Simbolon S.Si.,M.Pd. selaku Rektor Universitas Quality.
2. Ibu Rita Herlina Br Perangin-angin S.Pd.,M.Pd selaku wakil Rektor Universitas Quality.
3. Ibu Vina Maria Ompusunggu S.Sos.,M.SP selaku Dekan Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality.
4. Ibu Rikawati Ginting Munthe S.E.,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality.
5. Ibu Maria Kristina Situmorang S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah menyediakan waktu dan tenaga untuk memberi bimbingan, pengarahan, perhatian serta masukan yang sangat berguna kepada penulis selama penulisan skripsi ini.

6. Ibu Conie Nopinda Br Sitepu S.E.,M.Si selaku Dosen Pendamping yang telah menyediakan waktu dan tenaga serta bimbingan, perhatian, dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga tersusun dengan baik dan benar.
7. Teristimewa penulis ucapkan terima kasih kepada orang tua penulis yaitu bapak Perdamen Gurusinga dan ibu Melda Piati Br Tarigan yang selalu memberikan nasehat, dukungan, pengorbanan, dan doa hingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Kepada Pembina, rekan NBP 2023 dan seluruh anggota Resimen Mahasiswa satuan Universitas Quality yang selalu memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis, sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
9. Kepada Sahabat Terbaik penulis yaitu Nani Patrisia Nababan, Frisna Kristiani Damanik, Theresia Perbina Br Sembiring, Desi Kumala Sari Br Tarigan yang selalu memberikan dukungan, motivasi serta berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat menambah wawasan untuk membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Medan, Februari 2026

Penulis



**Lena Serasianta Br Gurusinga**

**NPM: 2202020034**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Kerangka Teoritis .....	9
2.1.1 Pengertian <i>Flash Sale</i> .....	9
2.1.2 Sejarah <i>Flash Sale</i> .....	11
2.1.3 Tujuan <i>Flash Sale</i> .....	11
2.1.4 Kelebihan Dan Kekurangan <i>Flash Sale</i> .....	12
2.1.5 Manfaat <i>Flash Sale</i> .....	12
2.1.6 Indikator <i>Flash Sale</i> .....	13
2.2 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen.....	14
2.2.1 Faktor-faktor Keputusan Pembelian Konsumen.....	15
2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian Konsumen .....	17
2.2.3 Hubungan <i>Flash Sale</i> Dengan Keputusan Pembelian Konsumen.....	18
2.3 Penelitian Terdahulu.....	20
2.4 Kerangka Berpikir .....	23

2.5 Definisi Operasional .....	23
2.6 Hipotesis Penelitian .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	26
3.1.1 Tempat Penelitian .....	26
3.1.2 Waktu Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
3.2.1 Populasi .....	27
3.2.2 Sampel.....	27
3.3 Jenis Penelitian .....	28
3.4 Instrumen Penelitian.....	28
3.5 Analisis Data.....	30
3.5.1 Uji Validitas.....	30
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.5.3 Uji Normalitas .....	31
3.5.4 Uji Heteroskedastisitas .....	32
3.5.5 Uji Linieritas.....	32
3.6 Analisis Regresi Sederhana .....	33
3.7 Uji Hipotesis.....	33
3.7.1 Uji Parsial (t).....	33
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Profil Perusahaan Perumahan Subsidi “Ironwood”.....	35
4.1.1 Sejarah Perumahan Subsidi “Ironwood”.....	35
4.1.2 Tahapan Proses Pembelian Perumahan Subsidi “Ironwood” .....	36
4.1.3 Cara Pembayaran.....	37
4.1.3.1 Metode Pembayaran (Tunai Cash, Tunai Bertahap, Kredit KPR).....	37
4.1.3.2 Biaya Tambahan Perumahan Subsidi “Ironwood” .....	38
4.1.3.3 Fasilitas Perumahan Subsidi “Ironwood” .....	38
4.1.3.4 Ukuran Perumahan Subsidi “Ironwood” .....	39
4.1.4 Jadwal <i>Flash Sale</i> Pada Perumahan Subsidi “Ironwood” .....	39

4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Analisis Deskriptif Responden .....	40
4.2.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
4.2.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	40
4.2.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel .....	41
4.2.2.1 Deskriptif Analisis <i>Flash Sale</i> (X) .....	41
4.2.2.2 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	45
4.2.3 Hasil Analisis Data .....	50
4.2.3.1 Uji Validitas .....	50
4.2.3.2 Uji Reliabilitas .....	52
4.2.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.2.3.3.1 Uji Normalitas .....	53
4.2.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.2.3.3.3 Uji Linearitas .....	56
4.2.4 Analisis Regresi Sederhana .....	57
4.2.5 Uji Hipotesis.....	59
4.1.3.5 Uji Parsial (Uji-t).....	59
4.2.5.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	61
4.3. Pembahasan .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 2.2 Definisi Operasional .....	24
Tabel 3.1 Rencana dan Waktu Penelitian .....	26
Tabel 3.2 Data Penjualan Perumahan Subsidi “Ironwood” .....	27
Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert .....	29
Tabel 3.4 Tingkat Reliabilitas .....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden <i>Flash Sale</i> (X).....	42
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Flash Sale</i> (X).....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Flash Sale</i> (X).....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	52
Tabel 4.10 One Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas (Anova Table) .....	57
Tabel 4.12 Analisis regresi Sederhana.....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji-t .....	60
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Indikator <i>Flash Sale</i> .....	13
Gambar 2.2 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian .....	16
Gambar 2.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	17
Gambar 2.4 Kerangka Berpikir .....	23
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas .....	53
Gambar 4.2 Normal <i>P-P Plot of Regression Standardized Residual</i> .....	54
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i> .....	56

