

ABSTRAK

Teknologi informasi telah berkembang pesat di mana perkembangannya tidak dapat dihindari. Hasil dari perkembangan ini seperti internet, tidak hanya dapat membantu kehidupan sehari-hari kita menjadi lebih modern atau lebih mudah, dunia bisnis juga terbantu dengan hasil perkembangan ini. Keberadaan internet itu sendiri dan teknologi terkait sangat mempengaruhi dunia bisnis di mana mereka telah mengubah konsep perdagangan tradisional menjadi perdagangan elektronik atau e-commerce.

Pertumbuhan e-commerce Indonesia tinggi, tetapi meskipun pertumbuhan e-commerce tinggi, penetrasi internet dan penetrasi belanja online tidak seperti yang diharapkan dan kecepatan di mana mengambil keuntungan dari satu-satunya belanja masih jauh di belakang ekspektasi. Semua keterlambatan ini adalah karena konsumen masih tidak menemukan belanja online yang tidak dapat ditolak atau sikap terhadap belanja online tidak menguntungkan. Dan meskipun sikap konsumen Indonesia terhadap belanja online negatif atau tidak dalam cara yang menguntungkan, itu terbalik jika dibandingkan dengan Tokopedia di mana sikap konsumen terhadap mereka sudah positif atau dengan cara yang menguntungkan.

Jika kita melihat beberapa bulan terakhir, menggunakan flash sale untuk menjual ponsel tampaknya menjadi tren di Indonesia. Baik vendor e-commerce dan smartphone sibuk menerapkan strategi ini dalam menarik konsumen