

**PENGARUH HARGA, EMOSI KONSUMEN, DAN PERILAKU
PEMBELIAN IMPLUSIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK JATI DI TOKO ADITYA JATI FURNITURE PALEMBANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar

Sarjana Ekonomi dan Bisnis



Diajukan Oleh :

MELISSA PRATIWI

NPM. 1901110040

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
2023**

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : MELISSA PRATIWI
Nomor Induk/NIM : 1901110040
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : PENGARUH HARGA, EMOSI KONSUMEN,
DAN PERILAKU PEMBELIAN IMPLUSIF
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK JATI DI TOKO ADITYA JATI
FURNITURE PALEMBANG

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 4/4/2023 Pembimbing I :  Dr. M. Ima Andriyani, SE, MSi
NIDN : 0201018001

Tanggal 4/4/2023 Pembimbing II :  Herman Efrizal, SE, MM
NIDN : 020206660

Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen,


Mariyam Zanariah, SE, MM
NIDN : 0222096301



Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis


Dr. Msy. Mikhal, SE., M.Si., Ak, CA, CSRS
NIDN : 0205026401



UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : MELISSA PRATIWI
Nomor Induk/NIM : 1901110040
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : PENGARUH HARGA, EMOSI KONSUMEN,
DAN PERILAKU PEMBELIAN IMPLUSIF
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK JATI DI TOKO ADITYA JATI
FURNITURE PALEMBANG

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 4/4/2023 Ketua Penguji : Dr. M.Ima Andriyani,SE,M.Si
NIDN : 0201018001

Tanggal 4/4/2023 Penguji I: Herman Efrizal,SE,MM
NIDN : 020206660

Tanggal 4/4/2023 Penguji II: Ulil Amri, SE,M.Si
NIDN : 0229016201

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Tanggal 4/4/2023



Dr. Msy. Mikial, SE.,M.Si.,Ak,CA,CSRS
NIDN : 0205026401

Ka. Prodi Manajemen,

Tanggal 4/4/2023

Mariyam Zanariah,SE,MM
NIDN : 0222096301

54/PS/DFE/23

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Melissa Pratiwi

Nomor pokok : 1901110040

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, 28 Maret 2023

Peneliti



Melissa Pratiwi

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- Apabila kamu mampu memimpikannya, maka kamu juga bisa melakukannya.
- If you can dream it, then you can do it.

Kupersembahkan kepada :

- Allah swt atas segala ridho-Nya
- Papa (Sukarmin) dan Mama (Msy. Sofiah) yang tercinta yang senantiasa mendoakanku selalu dan menjadi motivasi dalam hidupku
- Adik-adikku (M. Haris Agustian, M. Rizky Septian dan Ririn Marcella Permata Sari)
- Para dosen yang mendidikku yang kuhormati
- Sahabat sahabat ku
- Almamater Kebanggaanku.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan segala puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta karunia-Nya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (satu) jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti. Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Harga, Emosi Konsumen, Dan Perilaku Pembelian Impulsif Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jati Di Toko Aditya Jati Furniture Palembang.”**

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan kemampuan yang ada. Penulis menyadari masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap pembaca dapat memakluminya. Dengan kerendahan hati dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini antara lain :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah MP, selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Misy. Mikial, SE.,M.Si.,Ak,CA,CSRS selaku Dekan Universitas Tridinanti Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
3. Ibu Ima Andriyani SE,MSi, selaku wakil Dekan I Universitas Tridinanti dan Dosen Pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan guna menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Mariyam Zanariah,SE, M.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Tridinanti.
5. Bapak Herman Efrizal, SE, M.M , selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Yuni Adinda Putri selaku Dosen Pembimbing Akademik selama perkuliahan.
7. Seluruh Bapak dan Ibu yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu pengetahuan selama masa studi di Universitas Tridinanti Palembang.
8. Orang Tua tercinta Ayahanda (Sukarmin) dan Ibunda (Masayu Sofiah) tersayang yang selalu mendoakan dan memberikan semangat, dukungan, dan nasehat sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
9. Adik-adikku M. Haris Agustian ,M.Rizky Septian, dan Ririn Marcella Permata Sari.
10. Sahabat ku Nanda Jealsy Cahyani,Septa Melani, dan Ayu Ratna Dewi yang telah memberikan semangat, dorongan, dan memberikan saran-saran yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan (Juwita Sari, Shyntia Lanova, Cici Dara Juwita, Nisrina Dwi Alifah, Rosa Oktasari, dan Fitri Octariani), jurusan Universitas

Tridinanti angkatan 2019 yang telah ikut mendorong penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada pihak-pihak yang telah berjasa kepada penulis atas penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat banyak kekurangan. Akan tetapi, semoga penulisan ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Palembang, 28 Maret 2023
Peneliti

Melissa Pratiwi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Keputusan Pembelian	8
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	8
2.1.2 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	10
2.1.3 Dimensi Keputusan Pembelian.....	11
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.2 Harga	14
2.1.2 Pengertian Harga	14
2.2.2 Metode Penetapan Harga.....	15
2.2.3 Peranan Harga	17
2.2.4 Dimensi harga	18
2.2.5 Indikator Harga	18
2.3 Emosi Konsumen	19
2.1.3 2.3.1 Pengertian Emosi Konsumen.....	19

2.3.2	Dimensi Emosi Konsumen	20
2.3.3	Indikator Emosi Konsumen	21
2.4	Perilaku Pembelian Implusif.....	21
2.1.4	Pengertian Perilaku pembelian implusif	21
2.4.2	Faktor Perilaku Pembelian Implusif	22
2.4.3	Motivasi Perilaku Pembelian Implusif.....	23
2.4.4	Dimensi Perilaku Pembelian Implusif	25
2.4.5	Indikator Perilaku Pembelian Implusif	25
2.5	Penelitian Lain yang Relevan.....	27
2.6	Kerangka Berfikir.....	28
2.7	Hipotesis Penelitian	29
BAB III	31
METODE PENELITIAN	31
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.1.1	Tempat Penelitian.....	31
3.1.2	Waktu Penelitian	31
3.2	Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.2.1	Sumber Dan Jenis Data	32
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	32
3.3	Populasi dan Sampel	34
3.3.1	Populasi	34
3.3.2	Sampel.....	35
3.4	Rancangan Penelitian.....	36
3.5	Variabel Dan Definisi Operasional.....	36
3.5.1	Variabel Penelitian	36
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	37
3.6	Instrumen Penelitian.....	38
3.7	Uji Instrumen	39
3.7.1	Uji Validitas	39
3.7.2	Uji Realibilitas.....	39
3.8	Teknik analisis data	39
3.8.1	Uji Asumsi Klasik	39
3.8.1.1	Uji Normalitas.....	39

3.8.1.2	Uji Multikolinearitas	40
3.8.1.3	Uji Heteroskedastisitas	41
3.9	Metode Analisis Data	41
3.9.1	Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.9.2	Analisis Koefisien Korelasi(R).....	43
3.9.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	44
3.10	Uji Hipotesis	45
3.10.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	45
3.10.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)	46
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	48
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	50
4.1.2.1	Visi Perusahaan	50
4.1.2.2	Misi Perusahaan	51
4.1.3	Struktur Organisasi.....	51
4.1.4	Uraian Tugas dan Tanggung Jawab.....	52
4.2	Hasil Penelitian	52
4.2.1	Uji Validitas	52
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	56
4.2.3	Teknik Analisis Data	59
4.3	Uji Asumsi Klasik	59
4.3.1	Uji Normalitas	59
4.3.2	Uji Multikolinearitas	60
4.3.3	Uji Heterokedastisitas.....	61
4.4	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	62
4.4.1	Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	64
4.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	65
4.5	Uji Hipotesis.....	66
4.5.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	66
4.5.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	68
4.6	Pembahasan	71

BAB V.....	75
KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Kegiatan Penelitian	31
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.3 Skala Likert	43
Tabel 3.4 Analisis Korelasi	44
Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga (X1).....	53
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Emosi Konsumen (X2)	54
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Perilaku Pembelian Implusif (X3).....	55
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1).....	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Emosi Konsumen (X2).....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Pembelian Implusif (X3).....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	61
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefisien Korelasi	64
Tabel 4.14 Analisis Korelasi (R).....	64
Tabel 4.15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	66
Tabel 4.17 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t).....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Aditya Jati Furniture Palembang	51

ABSTRAK

Melissa Pratiwi, Pengaruh Harga, Emosi Konsumen Dan Perilaku Pembelian Implusif Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jati Di Toko Aditya Jati Furniture Palembang

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah harga, emosi konsumen, dan perilaku pembelian implusif berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk jati di toko Aditya Jati Furniture Palembang. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, emosi konsumen, dan perilaku pembelian implusif terhadap keputusan pembelian produk jati di toko Aditya Jati Furniture Palembang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin, dalam penelitian ini setiap konsumen yang membeli produk jati di toko Aditya Jati Furniture Palembang dijadikan anggota sampel sebanyak 70 responden, data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data yang digunakan berupa kuisioner dan wawancara langsung, metode yang di gunakan adalah metode kuantitatif. Analisis ini menggunakan uji validitas, dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan analisis regresi linear berganda, melakukan pengujian hipotesis uji f dan uji t. Serta analisis korelasi dan determinasi.

Berdasarkan hasil analisis dengan regresi linear berganda yang peneliti lakukan terdapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 5,520 + 0,482X_1 + 0,304X_2 + 0,119X_3 + e$$

pada variabel harga, terdapat pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian sebesar 0,482, kemudian diikuti oleh variabel emosi konsumen sebesar 0,304, sedangkan variabel perilaku pembelian implusif mempunyai pengaruh paling rendah dibandingkan variabel lain sebesar 0,119. Pengujian hipotesis dari hasil uji t pada variabel harga (X_1) dan emosi konsumen (X_2), memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) produk jati di toko Aditya Jati Furniture Palembang, sedangkan variabel perilaku pembelian implusif (X_3) tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) produk jati di toko Aditya Jati Furniture Palembang. Kemudian melalui uji f dapat diketahui variabel harga, emosi konsumen, dan perilaku pembelian implusif memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk jati di toko Aditya Jati Furniture Palembang. Angka *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa 61,7% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi berganda. Sedangkan sisa nya sebesar 20,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Harga, Emosi Konsumen, Perilaku Pembelian Implusif Terhadap Keputusan Pembelian.

RIWAYAT HIDUP

Melissa Pratiwi dilahirkan di Palembang pada tanggal 25 Mei 2000 dari Ayah Sukarmin dan Ibu Masayu Sofiah yang merupakan anak pertama dari empat bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2012 di SD Negeri 12 Palembang dan Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2015 di SMP Negeri 17 Palembang, dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas di SMA Srijaya Negara Palembang pada tahun 2018. Melissa Pratiwi melanjutkan Perkuliahan di Universitas Tridinanti Palembang jurusan Ekonomi Program Studi Manajemen pada tahun 2019.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu industri yang berkembang di Indonesia adalah industri Meubel, dimana industri Meubel merupakan industri yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi dari kayu, rotan, dan bahan baku alami lainnya menjadi produk barang jadi meubel / furniture yang mempunyai nilai tambahan keuntungan lebih tinggi. (Dermawan.2021)

Jati (*Tectona grandis Linn.f.*) merupakan tanaman yang sangat populer sebagai penghasil bahan baku untuk industri perkayuan karena memiliki kualitas dan nilai jual yang sangat tinggi. Jati merupakan salah satu jenis kayu tropis yang sangat penting dalam pasar kayu internasional karena berbagai kelebihan yang dimilikinya dan merupakan jenis kayu yang sangat bernilai untuk tanaman kehutanan. (Murtinah.2015)

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen dalam upaya memecahkan masalah dalam pemenuhan kebutuhan. Sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian, konsumen sering dihadapkan pada pilihan yang beragam. Hal ini wajar mengingat banyaknya jumlah produk maupun jasa yang berada di pasaran dengan fungsi dan manfaatnya masing-masing. (Sabrina.2017)

Pada bauran pemasaran variabel yang penting adalah harga. Maka perusahaan harus menerapkan strategi Harga. Harga adalah salah satu unsur

bauran pemasaran yang sangat strategis terhadap peningkatan pencapaian keputusan pembelian. (Januardi.2019)

Emosi Positif Konsumen adalah faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya perilaku pembelian impulsif ketika sedang berbelanja, dimana konsumen sedang mengalami perasaan senang atau gembira. Keadaan emosional yang positif akan membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan, baik yang muncul dari psikologikal ataupun keinginan yang bersifat mendadak impulsif. Perilaku Pembelian impulsif adalah suatu pembelian yang dilakukan konsumen tanpa direncanakan sebelumnya. Konsumen yang melakukan pembelian impulsif tidak berpikir untuk membeli merek atau produk tertentu. Mereka langsung melakukan pembelian karena adanya ketertarikan terhadap merek atau produk saat itu juga. (Wahyudi.2022)

Toko Aditya Jati Furniture Palembang terletak di Jl. Demang Lebar Daun kel. Bukit lama, Kec. Ilir Barat 1 Palembang, Sumatera Selatan 30151. Toko mebel ini sudah berdiri lebih dari 5 tahun dan merupakan toko yang menjual furniture mebel jadi siap pakai seperti Lemari, Kursi, Meja makan, Tempat tidur dan berbagai jenis furniture mebel lainnya. Usaha ini dapat membantu meningkatkan kebutuhan keluarga. Bisnis dalam bidang permebelan merupakan suatu bisnis yang menguntungkan dan memiliki potensi yang besar. Produk mebel seperti furniture rumah tangga pasti akan selalu dicari. Tinggal bagaimana seorang pelaku bisnis memutar otak untuk membuat produk mebelnya dapat menarik minat beli konsumen. Semakin tinggi minat beli konsumen terhadap suatu produk menyebabkan semakin tingginya tingkat keputusan pembelian konsumen.

Langkah dalam meningkatkan penjualan di toko ini dengan harga yang relatif murah, sehingga menciptakan emosi positif konsumen dan pembelian yang tidak terduga / pembelian yang implusif.

Penjualan di Toko Aditya Jati Furniture Palembang masih terbilang fluktuatif yang mana ada peningkatan dan penurunan dalam penghasilannya. Guna untuk memperoleh gambaran mengenai keputusan pembelian Toko Aditya Jati Furniture Palembang dapat dilihat pada tabel 1.1 dari jumlah penghasilan yang diterima atas penjualan Toko Aditya Jati Furniture Palembang pada bulan Januari 2021-Desember 2021.

Tabel 1.1
Data penjualan Toko Aditya Jati Furniture Palembang
(Periode Januari 2021 – Desember 2021)

No	Bulan	Target Penjualan	Penjualan	Perubahan
1	Januari	Rp. 50.000.000	Rp. 59.850.000	20%
2	Februari	Rp. 50.000.000	Rp. 40.250.000	-20%
3	Maret	Rp. 50.000.000	Rp. 62.000.000	24%
4	April	Rp. 100.000.000	Rp.122.400.000	22%
5	Mei	Rp. 100.000.000	Rp. 90.500.000	-10%
6	Juni	Rp. 50.000.000	Rp. 78.400.000	57%
7	Juli	Rp. 50.000.000	Rp. 68.000.000	36%
8	Agustus	Rp. 50.000.000	Rp. 51.700.000	3%
9	September	Rp. 50.000.000	Rp. 60.000.000	20%

10	Oktober	Rp. 50.000.000	Rp. 90.000.000	80%
11	November	Rp. 50.000.000	Rp. 76.000.000	52%
12	Desember	Rp. 50.000.000	Rp. 50.000.000	0%

Sumber : *Toko Aditya Jati Furniture Palembang*

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan rata-rata dari Toko Aditya Jati Furniture Palembang cukup fluktuatif dimana kondisinya tidak stabil setiap bulannya. Terjadinya penurunan penjualan di toko Aditya Jati Furniture dikarenakan banyaknya *kompetitor* (pesaing) yang membuka usaha furniture jati. Seperti yang kita ketahui para pesaing pada umumnya menawarkan produk sejenis dengan jangkauan pasar yang sama dengan Toko Aditya Jati Furniture Palembang, fenomena ini menyebabkan persaingan yang kian ketat antar toko mebel dalam memperebutkan dan menguasai pasar. Harga yang ditawarkan di toko Aditya Jati Furniture terbilang relatif murah, karena harga bisa menyesuaikan kualitas yang di inginkan, mangsa pasar yang dituju ialah menengah , dan menengah atas. Sehingga mempengaruhi emosi konsumen dalam melihat produk jati dan membeli produk jati tanpa rencana/implusif.

Dapat dilihat pada bulan Januari melebihi target sebesar (20%), sedangkan pada bulan Febuari mengalami penurunan sebesar (-20%), kemudian melebihi target pada bulan Maret sebesar (24%), dan melebihi target kembali pada bulan April sebesar (22%). Pada bulan Mei penjualan menurun sebesar(-10%), pada bulan Juni melebihi target sebesar (57%), dan melebihi target kembali sebesar (36%) pada bulan Juli, dan bulan Agustus melebihi target sebesar (3%), kemudian

pada bulan September dan Oktober melebihi target sebesar (20%) dan (80%) sedangkan bulan November melebihi target sebesar (52%) dan bulan Desember mencapai target tetapi tidak melebihi target.

Hasil penjualan paling banyak terdapat pada bulan April tahun 2021 sebesar Rp. 122.400.000 karena pada bulan ini memasuki bulan suci Ramadhan dan hari raya Idul Fitri sehingga penjualan meningkat. Kemudian penjualan paling sedikit pada bulan Februari sebesar Rp. 40.250.000 karena banyaknya pesaing yang membuka usaha furniture jati.

Dari latar belakang tersebut maka peneliti dalam penelitian ini merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Emosi Konsumen, Dan Perilaku pembelian implusif Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jati Di Toko Aditya Jati Furniture Palembang.”

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah pengarah tujuan dari sebuah penelitian agar fokus terhadap pembahasan hal tertentu. Berdasarkan latar belakang yang telah di uraian diatas, maka di rumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Harga berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jati Di Toko Aditya Jati Furniture Palembang?
2. Apakah Emosi Konsumen berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jati Di Toko Aditya Jati Furniture Palembang?
3. Apakah Perilaku Pembelian Implusif berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jati Di Toko Aditya Jati Furniture Palembang?

4. Apakah Harga, Emosi Konsumen, dan Perilaku Pembelian Implusif berpengaruh Keputusan Pembelian Produk Jati Di Toko Aditya Jati Furniture Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya hasil, sesuatu yang akan diperoleh setelah penelitian selesai, sesuatu yang akan dicapai dalam suatu penelitian. Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui, menganalisi, dan membuktikan :

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jati Di Toko Aditya Jati Furniture Palembang?
2. Pengaruh Emosi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jati Di Toko Aditya Jati Furniture Palembang?
3. Pengaruh Perilaku Pembelian Implusif Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jati Di Toko Aditya Jati Furniture Palembang?
4. Pengaruh Harga, Emosi Konsumen, dan Perilaku Pembelian Implusif Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jati Di Toko Aditya Jati Furniture Palembang?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah uraian untuk menunjukkan bahwa suatu masalah layak diteliti, serta untuk menunjukkan signifikansi masalah yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi peneliti
 - Syarat untuk lulus Sarjana Ekonomi di Universitas Tridianti Palembang.
 - Meningkatkan pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran serta dapat menerapkannya.
2. Bagi perusahaan
 - Bahan referensi pada pihak manajemen perusahaan serta bahan pertimbangan sehingga dapat diterapkan di dalam manajemen pemasaran dalam perusahaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya
 - Memberikan informasi dan berguna sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amalia, A. H. (2017). *Pengaruh Harga Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Emas*. Skripsi. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Dahlia. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Harga Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud.Pito Jaya Lamasi*. Skripsi. Palopo: Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Darmawan, Zindi. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Umkm Mebel Jati Bersama Di Kota Malang*. Skripsi. Malang: University of Tribhuwana Tungadewi
- Fitri, N. (2020). *Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Sam Bicycle Di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*. Skripsi. Pekanbaru Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Getrysia, Dhatikusuma. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Redmi 1S (Studi Pada Pengunjung WTC Surabaya)*. Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 1 No.1, Hal. 1-9.
- Ghanimata, F. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Volume 1 Nomor 2
- Haris, D., & Welsa, H. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen*. Jurnal Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Teungku Dirundeng Meulaboh, Volume 11 No.1
- Hartanto, A. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Periklanan dan Harga Terhadap Volume Penjualan pada Onsight Outdoor Equipment Solo*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hidayat, D. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Suzuki Pada PT. Suzuki Center Kartini Bandar Lampung*. Skripsi. Bandar Lampung: Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
- Irawan, D. (2019). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.

- Kotler, P., & Gary, A., 2015, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga :Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L, 2012, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga: Jakarta.
- Lestari, M. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Distribusi terhadap Volume Penjualan Gerabah (Studi Kasus di Lombok Barat)*. Skripsi. Mataram: UIN Mataram
- Manik, C. D. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan*. Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pemulang, Vol. 3 No.1
- Marpaung, F. K., Arnold S, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alam Jaya Wira Sentosa Kaban Jahe. *Jurnal Manajemen* , 49-64.
- Maulidina, K. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Pondok Mataram Di Kota Tebing Tinggi*. Skripsi. Medan: Institusi Universitas Sumatera Utara
- Mokalu, F., & Tumbel, A. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Jordan CV. Minahasa Mantap Perkasa*. Jurnal Emba, 2015, Volume 3 No. 1 Hal. 255.
- Munir, R. 2018. *Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik*. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Volume 1 No.2 Hal. 2.
- Musyawah, I. Y. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (RJA) di Kabupaten Mamuju. *Jurnal of Economic, Management and accounting*, 49-59.
- Pratama, R. (2012). *Pengaruh Harga Jual, Kualitas Produk, Dan Periklanan Terhadap Volume Penjualan Mobil Toyota Avanza Pada Pt Hadji Kalla Di Kota Makassar*. Jurnal UIN Alauddin, Skripsi. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin
- Priyanto.R.,Sopa.M.,Faizal.H.,Putri.R.S.,Didin.S.2018.*Peranan Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Rajutan di CV Konta Djaya Binong Jati*. Jurnal Abdimas BSI, Volume 1 No. 2 Hal. 296.
- Prof. Dr. Sugiyono 2018.. *Metode Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta
- Ritonga.M., dkk.2017. *Faktor Manajemen Biaya Dan Manajemen Pemasaran Terhadap Pendapatan Melalui Intensitas Produksi Pada Ukm Industri Rumahan Di Kota Binjai*. Jurnal manajemen tools, Volume 8 No.2

- Rivaldo.Y.,Yusman.E.,Supardi. 2021. *Pengaruh Physical Evidence,Promosi dan Lokasi terhadap keputusan pembelian sanford pada indomaret sungai harapan batam*. Jurnal As-Said.LP2M, I(I):10.
- Sabrina, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifeboy . *Jurnal Plans*, 114-120.
- Setyorini, W., dkk. 2020. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Perumahan Btn Tipe 36 Pada Pt Kharisma Land Batu Belaman*. Jurnal Universitas Antakusuma, Vol. 9, No. 1
- Siska. 2020. *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk. Unit Makassar*. Skripsi. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Susilo.Joko. 2019. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Kopi Pada Cv Sedaya Samudera Gunung kidul*. Skripsi. Klaten: Universitas Widya Dharma.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono,F.,&Diana, A. 2018. *Pelanggan puas? Tak cukup*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono,F.,Chandra, G. 2016. *Service, Quality & Satisfaction Edisi 4 (IV; Andang, Ed.)*.Yogyakarta: Andi
- Tjiptono,F.,Chandra,G. 2017. *Pemasaran Strategik (3rd ed.)*.Yogyakarta: Andi.
- Tridinanti, U. (2021). *Pedoman Penulisan Skripsi Dan Laporan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang*. Palembang: Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.