

ABSTRAK

Alya Rumida. 2022. *Pengaruh Promosi, Harga Dan Desain Produk Terhadap Kepuasan Member Dalam Berinvestasi Logam Mulia EOA GOLD Di Agen Abdul Hafiz Banjarmasin*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dra. Hj. Faridah, MHI.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Desain Produk, Kepuasan *Member*.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh investasi produk logam mulia EOA GOLD di Agen Abdul Hafiz. Kepuasan *member* terhadap perusahaan tidak terlepas dari strategi promosi yang dilakukan, harga yang digunakan serta desain produk yang menarik. Untuk meningkatkan kepuasan *member*, perusahaan dituntut adanya upaya meningkatkan kualitas produk logam mulia EOA GOLD.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif, untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis menggunakan kuesioner (angket) disebar ke *member*, sedangkan teknik analisis data menggunakan regresi berganda dengan menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara parsial variabel promosi nilai t hitung = 0,528, harga t hitung = 6,231 dan desain produk t hitung = 2,997 memiliki nilai $> t$ tabel yang nilainya 2,01174. Sehingga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan *member* dalam berinvestasi logam mulia eoa gold. Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa nilai F hitung variabel promosi, harga dan desain produk sebesar 36,753 $> F$ tabel (2,80) serta kontribusi variabel bebas (X) dari R square sebesar 0,719 atau 71,90% mempengaruhi variabel terikat (Y). Sedangkan sisanya 28,10% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.