

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Umumnya, setiap orang ingin memiliki umur yang panjang dengan kondisi yang lebih makmur untuk diri dan keluarga serta dapat menikmati hidup tanpa banyak harus melakukan kerja keras setiap saat. Kondisi makmur tersebut dapat berarti sebuah keterjaminan akan kebutuhan pokok (sandang, pangan, papan, pendidikan, kesehatan dan lain-lain), serta berbagai kebutuhan psikologis (keamanan, kenyamanan, ketentraman, kehormatan, dan lain-lain). (Isnawan, 2011, hal. 41)

Setiap manusia bekerja untuk tujuan tertentu yaitu memenuhi kebutuhan hidup. Kebutuhan tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari, banyak sedikitnya kebutuhan yang harus dipenuhi setiap manusia tidak sama. Kondisi ini disebabkan keinginan (*wants*) manusia yang bersifat tidak terbatas. (sari, 2019, hal. 2) Kelebihan dana yang dimiliki oleh masyarakat merupakan salah satu alasan mereka untuk melakukan suatu investasi.

Investasi Menurut Kamus Bahasa Indonesia, investasi diartikan sebagai penanaman uang atau modal dalam suatu perusahaan atau proyek dengan tujuan memperoleh keuangan. Investasi memiliki pengertian yang sangat luas karena mencakup investasi langsung (*direct investment*) maupun investasi tidak langsung, terutama terletak pada pengelolaan dan pengawasan perusahaan serta kepemilikan saham di dalam perusahaan. Pada investasi tidak langsung, ada pemisahan pengelolaan dan pengawasan yang dilakukan oleh investor, dengan kata lain investor tidak melakukan pengelolaan dan pengawasan di dalam perusahaan secara langsung. Adapun pada investasi tidak langsung dilakukan dengan membeli surat berharga atau portofolio seperti saham atau obligasi. Adapun investasi langsung, investor ikut serta

melakukan pengelolaan dan pengawasan perusahaan. Selain itu, pada investasi langsung, investasi dilakukan dengan melakukan kegiatan usaha, atau pendirian perusahaan/ pabrik, dan/ atau mengerjakan proyek. (Rahmah, 2020, hal. 2) Investasi langsung dikenal juga dengan investasi pada *real asset* yang dilakukan dengan membeli tanah, membuka warung, membeli logam mulia untuk simpanan, pembelian aset produktif, pendirian pabrik, pembukaan pertambangan, perkebunan, dan yang lainnya.

Melalui investasi, seseorang tidak hanya menabung atau mendiamkan uangnya tanpa ada usaha yang dilakukan. Akan tetapi, uang tersebut dapat digunakan untuk usaha lain yang dapat memberikan dampak positif terhadap pendapatan nasional. Sebagaimana Allah berfirman dalam surat at-Taubah ayat 34-35 yang berkaitan dengan penanaman investasi:

Firman Allah swt:

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَن

سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ يَوْمَ

يُحْمَىٰ عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فَتُكْوَىٰ بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ وَظُهُورُهُمْ هَذَا مَا كَنَزْتُمْ لِأَنفُسِكُمْ

فَذُوقُوا مَا كُنْتُمْ تَكْنِزُونَ

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya banyak dari para rabi dan rahib benar-benar memakan harta manusia dengan batil serta memalingkan (manusia) dari jalan Allah. Orang-orang yang menyimpan emas dan perak, tetapi tidak menginfakkannya di jalan Allah, berikanlah kabar ‘gembira’ kepada mereka (bahwa mereka akan mendapat) azab yang pedih. Pada hari ketika (emas dan perak) itu dipanaskan dalam neraka Jahanam lalu disetrikakan (pada) dahi, lambung, dan punggung mereka (seraya dikatakan), “Inilah apa (harta) yang dahulu kamu simpan untuk dirimu sendiri (tidak diinfakkan). Maka, rasakanlah (akibat dari) apa yang selama ini kamu simpan.”*

Pada prinsipnya suatu investasi dalam Al- qur’an disebutkan bahwa investasi dilakukan tidak boleh adanya paksaan, transaksinya tetap berpijak pada pedoman dan kegiatan produksi barang dan jasa yang tidak dilarang oleh agama Islam, seperti halnya yang dilarang dalam Islam yaitu yang mengandung *riba* (bunga), *masyir* (judi), *garar* (ketidakpastian), menjual sesuatu yang tidak dimiliki atau barang orang lain, dan suatu transaksi yang mengakibatkan kerugian bagi satu pihak.

Dari berbagai pilihan jenis investasi, logam mulia dipilih sebagai salah satu pilihan produk investasi terbaik dalam kalangan masyarakat. Bahkan, beberapa pihak menyatakan bahwa logam mulia merupakan salah satu pilihan produk pembelian yang tepat dalam konteks investasi.

Logam mulia adalah logam yang tahan terhadap korosi dan oksidasi. Sederhananya, Logam yang masuk kategori logam mulia adalah yang tidak berkarat dan tahan banting. Contohnya dari golongan ini adalah emas, perak, dan platina. Oleh karena sifatnya yang tahan korosi dan jumlah yang langka, logam mulia pun dihargai tinggi, lebih mahal dari logam-logam kebanyakan. Sebagai logam berharga, emas dan perak, selama ribuan tahun telah digunakan sebagai perhiasan, mata uang (*medium of exchange*), bahan baku industri, dan bentuk simpanan atau investasi. (Syaputri,

2012, hal. 14) Diantaranya ada beberapa jenis produk logam mulia yang ada di Indonesia, diantaranya adalah: Logam mulia ANTAM, UBS, Lotus Archi, Galeri24. Merek logam mulia lainnya yang ada di Indonesia adalah EOA Gold yang merupakan Logam Mulia (LM) yang dikeluarkan oleh PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) untuk meningkatkan nilai lebih (value) berupa perlindungan dan keamanan bagi investasi Anda.

Logam Mulia EOA GOLD terus diuji dan diverifikasi kemurniannya yang menjadikannya memiliki kadar terpercaya, puritas tertinggi 999% atau setara 24 karat, sehingga memberikan nilai yang tinggi bagi aset investasi Anda. Penamaan EOA adalah singkatan dari perusahaan produsennya yaitu PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) dimana nama ini diambil dari spirit Employee Of Allah. Spirit EOA inilah yang menjadi landasan bergerak, bertumbuh dan berinovasi sehingga menjadikan pengelolaan managementnya berlandaskan Spiritual Company. (<https://eoagold.id/>)

Kotler dan Armstrong (2012: 383) mengemukakan bahwa harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapat, elemen-elemen lainnya menimbulkan biaya. Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran seperti ciri khas (feature) produk dan perjanjian distribusi. (Suryati, 2015, hal. 37). Produk PT. Emas Optimasi Abadi sendiri memiliki harga memiliki pasaran yang sangat terjangkau bagi konsumen.

promosi, sering disebut bauran komunikasi, terdiri dari bauran *advertising, personal selling, salespromotion, publics relation* dan *direct-marketing* yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran (kotler dan keller), 2012: 512. (Suryati, 2015, hal. 59)

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dan adanya kehadiran media sosial yang banyak digunakan oleh sebagian perusahaan besar untuk mempromosikan produk tentunya untuk membangun brand bagi perusahaan. Strategi komunikasi pemasaran di setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dan berbeda. Karena diyakini dengan menggunakan media sosial, akan mengangkat

dan meningkatkan penjualan bahkan nama untuk perusahaan pun akan meningkat dan menjadi hal yang positif. Salah satunya produk logam mulia EOA GOLD yang di promosikan melalui media sosial contohnya instagram. Para agen dan member logam mulia EOA GOLD sudah banyak tersebar di Kota Banjarmasin, dan mereka menggunakan media sosial salah satunya untuk mempromosikan produk logam mulia EOA GOLD. Memberikan informasi, dari apa itu logam mulia EOA GOLD, apa saja kelebihanannya, apa saja keuntungannya, seberapa persen keasliannya, dan adanya penerimaan suatu jasa baru (agen atau *member*), hingga harga logam mulia EOA GOLD yang selalu mengeluarkan harga terupdate. Agen dan *member* selalu mengeluarkan informasi-informasi mengenai produk logam mulia EOA GOLD setiap harinya, dan itu memudahkan para pelanggan untuk mengetahui langsung perkembangan hingga naik turunnya harga logam mulia EOA GOLD tersebut.

Desain produk dapat didefinisikan sebagai generasi ide, pengembangan konsep, pengujian dan pelaksanaan manufaktur (objek fisik) atau jasa. Kemampuan sebuah produk bertahan dalam siklus sebuah pasar ditentukan oleh bagaimana sebuah desain mampu beradaptasi akan perubahan-perubahan dalam bentuk apapun yang terjadi dalam pasar sehingga kemampuan tersebut menjadi nilai keberhasilan bagi produk itu sendiri dikemudian hari. (Muhajirin, 2010). (Rachman, 2015, hal. 3) Adapun desain produk dari logam mulia EOA GOLD mempunyai ciri khas tersendiri sehingga berbeda dengan desain dari produk-produk lain. Beberapa makna dan filosofi tertentu yang terdapat di dalam desain produk EOA GOLD, yaitu:

1. HEXAGONAL (Sarang lebah) yang memiliki Maksimal Ruang artinya Memaksimalkan potensi diri dalam ruang-ruang umat, berkontribusi dengan cerdas dengan strategi terbaik, menyerap secara maksimal potensi kebaikan. Efisien Resource artinya Melakukan kontribusi secara efektif dan efisien. Sama sisi artinya Memiliki keterikatan persaudaran

yang kuat dengan lainnya, memiliki sifat rendah hati dan tidak merasa lebih baik dari yang lainnya.

2. EOA yang memiliki Employee of Allah artinya Memahami dan mengaplikasikan prinsip “Semua dari Allah, semua dari Allah, semua karena Allah, semua milik Allah, dan semua akan kembali Allah. Core Value artinya *sincerity* (Memiliki ketulusan vertikal dan horizontal melakukan semua untuk Allah) *Humbleness* (Memiliki sikap rendah hati), dan *Loving kindness* (Memiliki perasaan cinta kepada saudaranya seperti mencintai dirinya sendiri dalam ukhuwah). Peradaban artinya Memiliki pandangan menyeluruh dan utuh tentang membangun peradaban.
3. KA’BAH yang memiliki Bentuk sederhana artinya Menjadi pribadi sederhana namun memberikan manfaat yang besar, kokoh dan flexible dalam membangun peradaban. Tawaf yang artinya pribadi yang terus memberikan hati dan terhubung dengan Allah. (<https://eoagold.id/>)

Di Kalimantan selatan khususnya di Banjarmasin terdapat 60 Agen EOA GOLD, salah satunya Agen EOA GOLD Abdul Hafiz yang berdiri pada awal tahun 2020 dan masih aktif sampai sekarang. Beliau adalah orang pertama yang menjadi Agen EOA GOLD cabang Banjarmasin dan masuk kategori penjualan terbanyak pada saat itu, sampai saat ini pun beliau masih masuk kategori sepuluh besar Agen pencapaian dan performa terbaik cabang Banjarmasin. Agen Abdul Hafiz selaku distributor merupakan sosok penyalur alias perantara yang bergerak menyiarkan manfaat dan maslahat Logam Mulia EOA GOLD 24 karat kepada masyarakat. Agen Abdul Hafiz juga mendapat lisensi untuk keperluan pengakuan, kredibilitas, kepercayaan konsumen, mendapat hak menjual, menerima buyback (beli kembali) atau penukaran setiap kepingan logam mulia EOA GOLD. Agen EOA GOLD juga bisa merekrut

member of Gold (MOG) dan bekerja sebagai super team dalam menggiatkan syiar penyelamatan aset umat, dan tentunya ikut andil dalam mendukung visi-misi penguatan ekonomi umat. (<https://eoagold.id/>)

Selama menjadi Agen Eoa Gold, Abdul Hafiz juga sudah memiliki 47 *member* EOA GOLD, *member-member* tersebut memperoleh hak dan terikat pada kewajiban yang berlaku pada EOA GOLD tersebut, kebanyakan dari mereka menggunakan Logam Mulia EOA GOLD hanya untuk investasi sendiri. Sedangkan kata dari *member* berasal dari bahasa asing, tepatnya Bahasa Inggris yang artinya anggota, para *member* tersebut identitasnya sudah terdaftar secara resmi sebagai anggota dari EOA GOLD dibawah naungan Abdul Hafiz sebagai Agen EOA GOLD cabang Banjarmasin. *Member* EOA GOLD tentunya memiliki harga tukar yang sedikit lebih rendah dibandingkan dengan pelanggan pada umumnya. Produk EOA GOLD menjadikan orang-orang yang bergabung didalamnya mendapatkan potensi bisnis emas tanpa harus memiliki toko emas, mendapatkan amal jariah karena aktivitas bisnis berlandaskan wakaf dan mendapatkan komonitas positif didalam ekosistem dimana terus melakukan inovasi kebaikan dalam aspek Spiritual, Finansial dan Sosial. Dari pemaparan diatas penulis mencoba mencari data kepuasan *Member* dalam berinvestasi Logam Mulia EOA GOLD untuk meneliti nya dalam sebuah skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Harga Dan Desain Produk Terhadap Kepuasan *Member* Dalam Berinvestasi Logam Mulia Eoa Gold Di Agen Abdul Hafiz Banjarmasin.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi, harga dan desain produk berpengaruh secara parsial terhadap

- kepuasan *member* dalam berinvestasi logam mulia EOA GOLD di Agen Abdul Hafiz Banjarmasin ?
2. Apakah promosi, harga dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan *member* dalam berinvestasi logam mulia EOA GOLD di Agen Abdul Hafiz Banjarmasin ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan di atas, maka tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui apakah promosi, harga dan desain produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan *member* dalam berinvestasi logam mulia EOA GOLD di Agen Abdul Hafiz Banjarmasin .
2. Untuk mengetahui apakah promosi, harga dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan *member* dalam berinvestasi logam mulia EOA GOLD di Agen Abdul Hafiz Banjarmasin .

D. Kegunaan Penelitian

Secara ringkas manfaat atau kegunaan penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademik

Secara sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan serta menambah koleksi pustaka bagi perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dan khususnya bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian

Untuk menerapkan teori dan sebagai bentuk aplikasi keilmuan yang telah diperoleh peneliti selama masa perkuliahan serta memperluas wawasan pengetahuan dan pengalaman.

b. Mahasiswa

Sebagai bahan referensi atau bahan kajian bagi penelitian berikutnya yang tertarik untuk mengembangkan secara kritis dan lebih dalam lagi mengenai masalah yang mirip dengan yang penelitian angkat namun dari sudut pandang yang berbeda.

c. Instansi

Bagi instansi dapat memanfaatkan hasil dari penelitian ini sebagai bahan masukan mengenai pengaruh promosi, harga dan desain produk terhadap kepuasan *member*, agar dapat mengambil keputusan yang tepat dalam meningkatkan kepuasan member.

E. Definisi Operasional

Untuk menyelaraskan pemahaman dari judul skripsi yang diteliti dan menghindari kesalahpahaman serta kekeliruan, maka perlu adanya batasan istilah sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (Orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. (Nasional, 2008) Pengaruh yang peneliti maksud ialah suatu daya atau kekuatan yang timbul dari variabel-variabel X terhadap variabel Y.
2. Promosi adalah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan pameran, periklanan, demonstrasi, dan usaha lain yang bersifat persuasif. (Tjiptono, 2000)

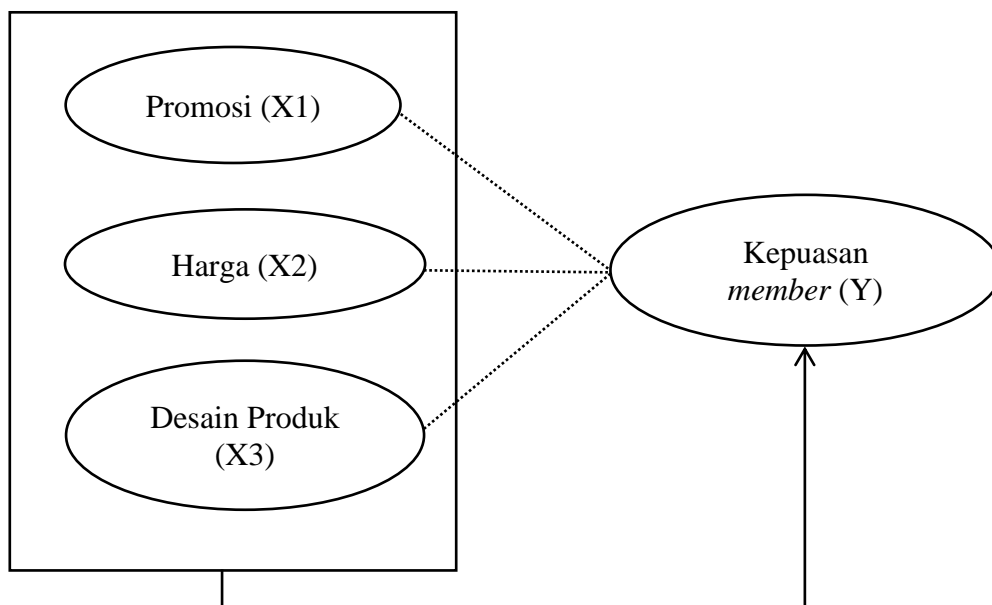
Promosi yang dimaksudkan peneliti ialah promosi yang disiapkan oleh EOA Gold dalam memasarkan produknya.

3. Harga adalah harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapat suatu barang atau jasa. Sedangkan harga yang dimaksud peneliti disini adalah adanya harga dari produk logam mulia EOA GOLD yang kadang bisa berubah-ubah setiap harinya. (Suryati, 2015, hal. 37)
4. Desain Produk adalah Desain produk terdiri dari dua kata yaitu [desain](#) dan produk. Dalam kamus besar bahasa indonesia, desain berarti kerangka bentuk atau rancangan. (<https://kbbi.web.id/desain>) Sedangkan produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah guna atau nilainya kemudian di proses produksi menjadi hasil akhir proses produksi tersebut. (<https://kbbi.web.id/produk>) Desain produk dari peneliti disini adalah adanya desain yang unik dan mempunyai makna-makna tertentu dari desain produk dari logam mulia EOA GOLD tersebut.
5. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. (Tjiptono, 2000) peneliti disini adalah adanya kepuasan dari *Member* Abdul Hafiz sebagai bagian dari anggota EOA GOLD dan berinvestasi emas EOA GOLD.
6. *Member* adalah kata yang berasal dari bahasa asing, tepatnya Bahasa Inggris. Kata ini bermakna anggota. Anggota merupakan sebuah status yang diberikan kepada seseorang atau lembaga dari sebuah perkumpulan, organisasi, atau institusi setelah memenuhi beberapa persyaratan yang telah ditetapkan oleh perkumpulan, organisasi, atau institusi tersebut. (<https://brainly.co.id/tugas/3450425>) *Member* dari peneliti disini adalah

seseorang yang terdaftar sebagai anggota dari EOA GOLD, dan dibawah naungan Abdul Hafiz sebagai Agen EOA GOLD cabang dari Banajarmasin.

F. Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran, penulis menggambarkan hubungan secara sistematis antara variabel X dengan variabel Y, yaitu:



Gambar 1.1. Skema Pengaruh Promosi, Harga dan Desain Produk terhadap Kepuasan *Member*

..... : Pengaruh secara parsial antara promosi, harga dan desain produk terhadap kepuasan *member*.

————— : Pengaruh secara simultan antara promosi, harga dan desain produk terhadap kepuasan *member*.

G. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang dirasa sangat relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Muhammad Rayhan. (2018). Judul: Pengaruh Harga, Tempat, dan Promosi Terhadap Minat Tabungan Emas PT Pegadaian Syariah Kantor Unit Kertak Baru Banjarmasin. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat kuantitatif. Alat analisis yang digunakan untuk menguji data adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis linier berganda secara parsial (uji t) variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai T_{hitung} 0,007 dan T_{tabel} yaitu 0,368, sehingga H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak. Hasil (uji t) variabel tempat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai T_{hitung} 0,279 dan nilai T_{tabel} 0,037, sehingga H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak. Hasil (uji t) variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai T_{hitung} 0,526 dan nilai T_{tabel} 0,000, sehingga H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima. Sedangkan secara simultan (uji F) variabel harga, tempat, dan promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dengan hasil F_{hitung} sebesar 7,521 lebih besar daripada nilai F_{tabel} 3,15 dengan tingkatan signifikan 0,000. Perbedaan penelitian terdahulu dan penulis adalah tempat penelitian terdahulu di PT Pegadaian Syariah Kantor Unit Kertak Baru Banjarmasin, sedangkan penelitian penulis pada Logam Mulia EOA GOLD Agen Abdul Hafiz Banjarmasin. (Rayhan, 2018)
2. Siti Erlisa Dwi Apriliani. (2019). Judul: Pengaruh desain produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian jilbab pada fakultas ekonomi dan bisnis universitas Muhammadiyah Makassar. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian analisis data yang diketahui menyatakan bahwa desain produk dan variabel harga masing-masing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai *R Square* sebesar 0,649 berarti 64,9%

faktor-faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh desain produk dan harga. Sedangkan 35,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah tempat, tempat penelitian terdahulu pada fakultas ekonomi dan bisnis universitas Muhammadiyah Makassar, sedangkan penelitian penulis pada Logam Mulia EOA GOLD Agen Abdul Hafiz Banjarmasin, penelitian terdahulu menggunakan objek jilbab sedangkan penelitian penulis menggunakan objek logam mulia eoa gold, selain itu variabel yang digunakan penulis nantinya juga ada perbedaan yaitu variabel promosi, variabel harga, dan variabel desain produk. (apriliani, 2019)

3. Tri Wijiyanti, (2021). Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen Pada pembelian logam mulia emas (studi pt. Emas optimasi abadi cabang purwokerto). Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa responden memberikan pernyataan bahwa kualitas produk PT. EOA sudah bagus, dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,1809 dengan nilai signifikansi sebesar 0,0020, yang berarti kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Harga PT. EOA terjangkau oleh semua kalangan masyarakat, dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 6,7828 dengan nilai signifikansi sebesar 0,0000, yang berarti harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan PT. EOA sudah baik, handal dalam memberikan informasi dan terampil dalam melayani pelanggan, dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 8,5864 dengan nilai signifikansi sebesar 0,0000, yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas

produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai f hitung sebesar 135,9555 dengan nilai signifikansi sebesar 0,0000. Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian penulis adalah tempat penelitian, tempat penelitian terdahulu melakukan penelitian di purwokerto sedangkan penulis di Banjarmasin. (Wijiyanti, 2021)

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara tentang rumusan masalah penelitian yang belum dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan teori dan permasalahan yang diangkat, maka penulis mengajukan sebagai berikut:

H1 = Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *member*

H2 = Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *member*

H3 = Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan *member*

I. Sistematika penulisan

Guna terarahnya pembahasan dalam penelitian skripsi ini, maka disini digunakan sistematika pembahasan yang berisi uraian singkat tentang isi dari lima bab yang akan ditulis di penelitian ini.

BAB I adalah pendahuluan , berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi oprasional, penelian terdahulu dan sistematikapenulisan.

BAB II adalah landasan teori yang didalamnya disajikan informasi tentang beberapa teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian, yakni teori tentang promosi, harga, dan desain produk.

BAB III adalah metode penelitian ysng didalamnya disajikan tentang pendekatan dan jenis

penelitian, populasi dan sampel, lokasi penelitian, data dan sumber data, pengelolaan dan analisis data.

BAB IV adalah penyajian data dan analisis yang didalamnya akan disajikan hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan berupa pengaruh promosi, harga dan desain produk terhadap kepuasan investasi Logam mulia eoa gold.

BAB V adalah penutup yang didalamnya mengungkap kesimpulan dan saran atas dasar peneliti.