

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN PENDAPATAN
TERHADAP MINAT INVESTASI EMAS LOGAM MULIA
GERAI DINAR PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

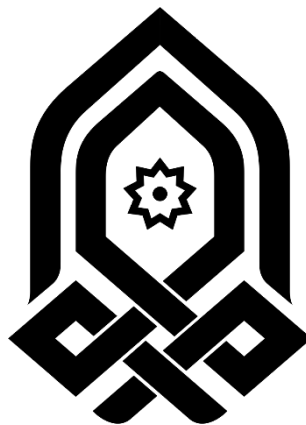
MISBACHUL FURQON
NIM : 2013116338

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN PENDAPATAN
TERHADAP MINAT INVESTASI EMAS LOGAM MULIA
GERAI DINAR PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

MISBACHUL FURQON
NIM : 2013116338

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Misbachul Furqon

NIM : 2013116338

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Harga Dan Pendapatan Terhadap Minat

Investasi Emas Logam Mulia Gerai Dinar Pekalongan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Batang, 8 Maret 2022

Yang Menyatakan,



MISBACHUL FURQON

NIM : 2013116338

NOTA PEMBIMBING

Ahmad Dzulfikar, M.Pd

Desa Gondang RT 06/ RW 02, Kec. Wonopringgo Kab. Pekalongan

Lampiran : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Saudara Misbachul Furqon

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi saudara/i :

Nama : **Misbachul Furqon**

NIM : **2013116338**

Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Harga, dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Emas Logam Mulia di Gerai Dinar Pekalongan**

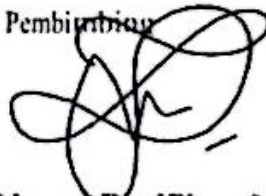
Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 21 Maret 2022

Pembimbing



Ahmad Dzulfikar, M.Pd

NIP. 198911292018011001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan
mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **MISBACHUL FURQON**

NIM : **2013116338**

Judul : **PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN PENDAPATAN TERHADAP
MINAT INVESTASI EMAS LOGAM MULIA DI GERAJ DINAR
PEKALONGAN**

telah diujikan pada hari Rabu tanggal 13 April 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima
sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M
NIP : 19820527 201101 1 005

Penguji II

Aenurofik, M.A
NIP : 19820120 201101 1 001



Pekalongan, 25 April 2022

Ditandatangani oleh Dekan,

Dr. Hi. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT
2. Abah tercinta (Alm)H. Usman DJamil bin K.H. Abdul Djamil Oemar. Serta Ibu tercinta (Almh) Sri Suhartatik binti Soeari,”terimakasih atas segala kasih sayang, cinta dan do’a Abah dan Ibu yang selalu menyertai setiap langkahku, selalu memberi dukungan penuh dalam setiap perjalanan meraih cita-cita. Hanya karena ridho Allah maka ada ridhomu, di setiap keajaiban yang terjadi pada ku karena doa kalian, dan syurga ku berada di bawah telapak kaki mu”.
3. Kakak-kakak saya yang selalu memberikan motivasi serta semangat:
 - a. Drs. K.H. Achmad Tubagus Surur, M.Ag
 - b. Hj. Umi Ma’rifah
 - c. Aschabul Kahfi, S.T.

Serta kakak-kakak saya yang lainnya. Segala doa dan support kalian adalah sumber kesabaran ku dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Serta sahabat-sahabat saya :
 - a. Zaenal Abidin, S.E.
 - b. Fahmi Abdillah, S.E.

“Pengalaman yang ku hadapi bersama kalian, baik susah dan senang nya perjalanan hidup selama ini adalah sesuatu yang akan ku catat sebagai sejarah dalam hidup ku”.

5. Dosen pembimbing dan dosen pengajar yang telah berkenan mendidik dan membimbingku, semoga kebaikan yang telah diberikan dapat dibalas dengan berlipat ganda oleh Allah SWT.
6. Teman-teman mahasiswa seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016 IAIN Pekalongan, khususnya teman-teman Ekos I, Ganjil Genap Squad, semoga kita semua diberikan kesuksesan dunia dan akhirat oleh Allah SWT.

MOTTO

**“... be not afraid of greatness. Some are born great, some achieve greatness,
and some have greatness thrust upon “**

“William Shakespeare”

ABSTRAK

MISBACHUL FURQON, Pengaruh Promosi, Harga dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Emas Logam Mulia di Gerai Dinar Pekalongan

Melemahnya mata uang rupiah karena inflasi dan deflasi, serta harga emas yang selalu cenderung naik menjadikan investasi emas banyak diutamakan dibanding investasi lainnya. Tentunya untuk mendapatkan pangsa pasar yang banyak dari konsumen perlu adanya strategi promosi, harga yang menarik, serta penyesuaian dari tingkat pendapatan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari promosi, harga, dan pendapatan terhadap minat investasi emas logam mulia pada Gerai Dinar di Kota Pekalongan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian survey dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan ialah nasabah dari Gerai Dinar Pekalongan sejumlah 100 responden yang dipilih secara *accidental sampling*. Instrumen penelitian yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuesioner sebanyak 19 item pernyataan, yang telah diuji valid dan reliabel. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi Gerai Dinar Pekalongan. Yang artinya, kegiatan yang berhubungan dengan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi Gerai Dinar Pekalongan. Harga berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi Gerai Dinar Pekalongan. Yang artinya, semakin baik kondisi harga maka juga semakin baik juga hasil dari minat investasi Gerai Dinar Pekalongan. Pendapatan berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi Gerai Dinar Pekalongan. Yang artinya, kesesuaian pendapatan nasabah sangat berpengaruh terhadap minat investasi Gerai Dinar Pekalongan. Selain itu, promosi, harga, dan pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap minat investasi Gerai Dinar Pekalongan. Oleh karena itu, agar dapat meningkatkan penjualan dan menambah jumlah nasabah Gerai Dinar Pekalongan harus tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas promosi serta memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi harga emas logam mulia serta pendapatan.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Pendapatan, Minat Investasi

ABSTRACT

MISBACHUL FURQON, The Effect of Promotion, Price and Income on Interest in Investing in Precious Metal Gold at the Pekalongan Dinar Outlet.

The rupiah's exchange low rate based on inflation, deflation, then gold prices that tend to rise make gold investments more important than others. Certainly, in order to obtain a target market share of customers, it will require a promotional strategy, an attractive price, and an adjustment to the customers income level. The purpose of this research is to know the influence of promotion, price, and income on the interest in investment of precious metal gold in the Dinar's Store in Pekalongan.

This research includes a type of survey research using a quantitative approach. The sample used was the customers from the Dinar's Store Pekalongan for the amount of 100 respondents to be selected accidental sampling. The research instrument used is by using a questionnaire of as many as 19 statement items, which have been tested valid and reliably. This research uses multiple linear regression data analysis with the help of SPSS 26 software.

As a results of this research suggest that promotion can influence a partial interest in investment of the Dinar's Store Pekalongan. It means that any activity related to the promotion has a significant impact on the interest in investment of the Dinar's Store Pekalongan. The price can influence a partial interest in investment of the Dinar's Store Pekalongan. It means good price conditions, the better interest in investment of the Dinar's Store Pekalongan. The income can influence a partial interest in investment of the Dinar's Store Pekalongan. It means the suitable of customers income has a very influential interest in investment of the Dinar's Store Pekalongan. On the other hand, promotion, price, and a simultaneously can influence interest in investment of the Dinar's Store Pekalongan. Therefore, in order to increase sales and increase the total number of customers of the Dinar's Store Pekalongan, it must maintain and enhance the quality of promotion, as well as take note of the factors affecting the price of precious metal gold and income.

Keyword : Promotion, Price, Income, Interest in Investment

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji Syukur alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promosi Harga dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Emas Logam Mulia Gera Dinar Pekalongan” ini dapat tersusun dan terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak lepas dari dukungan, bantuan dan bimbingan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis sampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Happy Sista Devy, M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
5. Ibu Uswatun Khasanah, M.S.I, selaku Dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dengan sabar, dan selalu memberikan motivasi dan semangat bagi penulis.

6. Bapak Ahmad Dzulfikar, M.Pd, selaku Dosen pembimbing yang telah membimbing dengan sabar, dan selalu memberikan motivasi dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Kedua orang tuaku tercinta dan keluarga yang selalu mendukung, membimbing dan mendoakan selama ini.
9. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan angkatan 2016.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun sehingga pembuatan skripsi yang akan datang dapat lebih baik. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Pekalongan, 29 Desember 2021

Penulis



Misbachul Furqon
2013116338

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KERANGKA TEORI.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Promosi	11
2. Harga.....	13
3. Pendapatan	14
4. Minat.....	15
5. Investasi.....	16
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Berpikir	21

D. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Metode Penelitian	24
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	26
1. Populasi.....	26
2. Sampel	26
3. Teknik Pengambilan Sampel	28
C. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	28
1. Instrumen Penelitian	28
2. Sumber Data	29
a. Data Primer	29
b. Data Sekunder.....	29
3. Teknik Pengumpulan Data	29
a. Kuesioner	29
b. Studi Pustaka	30
D. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	30
1. Uji Instrumen	30
a. Uji Validitas	30
b. Uji Reliabilitas	31
c. Method of Successive Interval (MSI).....	31
2. Uji Asumsi Klasik.....	32
a. Uji Normalitas	33
b. Uji Multikolinearitas.....	33
c. Uji Heteroskedastisitas	33
d. Uji Linearitas	34
e. Uji Hipotesis	35
f. Uji t	36
g. Uji F	36
h. Koefisien Determinasi	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Deskripsi Data	38
B. Analisis Data	41
C. Pembahasan	53
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah hasil Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1) Konsonan

Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

2) Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
ا = a		آ = ā
إ = i	إي = ai	إِي = ī
و = u	أو = au	أُو = ū

3) *Ta' Marbutah*

Ta' Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

جيلةمرعة ditulis *mar'atun jamīlah*

TaMarbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*

4) *Syaddad* (*Tasydid, geminasi*)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *Syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا	Ditulis	<i>Rabbanā</i>
البر	Ditulis	<i>al-birr</i>

5) Kata Sandang (Artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang samadengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البدع	Ditulis	<i>al-badī'</i>
الجالل	Ditulis	<i>al-jalāl</i>

6) Huruf Hamzah

Hamzah yang berada diawal kata tidak di transliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof/'/

Contoh :

امرت	Ditulis	<i>Umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>syai'un</i>

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu, 18
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel, 25
Tabel 3.2	Skala Instrumen, 29
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, 39
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 40
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan, 40
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan, 41
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas dengan Metode Pearson, 42
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas dengan Metode Alpha Cronbach's, 43
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas dengan Metode Kolmogorov Smirnov, 44
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinearitas dengan Metode VIF, 45
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas SPSS dengan Uji Glejser, 46
Tabel 4.10	Hasil Uji Linearitas, 47
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda, 48
Tabel 4.12	Hasil Uji t, 50
Tabel 4.13	Hasil Uji F (Simultan), 52
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2 , 52

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Fluktuasi Harga Emas 10 Tahun Terakhir, 4
- Gambar 2.1 Kerangka Berpikir, 22
- Gambar 4.1 Contoh Buyback, 54

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian, I
- Lampiran 2 Data Mentah Penelitian Skala Ordinal, V
- Lampiran 3 Data Mentah Penelitian Skala Interval, XIX
- Lampiran 4 Hasil Uji Analisis Data, XXXVII
- Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik, XLIV
- Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda, XLVII
- Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis, XLVIII
- Lampiran 8 Tabel r, XLIX
- Lampiran 9 Tabel t, LIII
- Lampiran 10 Tabel F, LVII
- Lampiran 11 Surat Penelitian, LXI
- Lampiran 12 Surat Keterangan Similitary Checking, LXIII
- Lampiran 13 Dokumentasi Penelitian, LXIV
- Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup, LXV

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Emas pada umumnya dikenal oleh masyarakat karena perhiasan emas biasanya dibeli oleh wanita. Perhiasan emas terdiri dari cincin, kalung, anting, bros, dan lainnya. Sedangkan logam mulia emas berbentuk batangan yang memiliki sertifikat. Maka dari itu, logam mulia hanya digunakan untuk investasi dan berbisnis agar memperoleh keuntungan.

Logam mulia emas tak jarang disebut logam mulia serta juga sering disebut *barometer of fear*. Kata tersebut ada pada saat orang merasa cemas dengan kondisi ekonomi saat ini sehingga cenderung membuat keputusan untuk membeli emas guna melindungi nilai kekayaan mereka (Makmur, 2016).

Investasi dalam bentuk logam mulia emas lebih menguntungkan daripada berinvestasi dalam bentuk uang kertas. Sering tidak pastinya inflasi yang terjadi dalam uang kertas menjadi permasalahan (Fauziah & Surya, 2016).

Melemahnya mata uang rupiah karena inflasi dan deflasi, serta harga emas yang selalu cenderung naik menjadikan investasi emas banyak diutamakan dibanding investasi lainnya. Investasi adalah cara untuk mengumpulkan harta kepemilikan untuk menyimpan aset-aset ini di suatu tempat sesuai kebutuhan, investasi dapat diambil kapan saja. Investasi emas logam mulia yang berharga di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sejauh ini, emas logam mulia selalu dianggap sebagai investasi yang lebih aman, selain nilainya stabil, investasi emas logam mulia

juga dianggap sebagai instrumen yang tidak kenal waktu. Emas yang umumnya beredar di Indonesia hari ini, yakni logam mulia (emas batangan Antam), merupakan salah satu instrumen investasi yang *liquid*, yang sewaktu-waktu diperlukan dana, bisa di jual kembali atau digadaikan di toko – toko emas (Riana, 2019).

Ada banyak jenis investasi, mulai dari yang membutuhkan modal kecil hingga yang membutuhkan modal besar. Mulai dari tingkat risiko tinggi hingga tingkat risiko rendah. Masing-masing memiliki kelebihanannya sendiri. Dalam hal ini, dengan maraknya investor mengejar keuntungan maksimal untuk menghindari tingkat kerugian yang tinggi. Maka investasi logam mulia menjadi alternatif yang dipilih jika harga emas melambung tinggi.

Lembaga keuangan syariah yang bersifat bank maupun non bank dari tahun ke tahun semakin berkembang. Hadirnya lembaga keuangan syariah ini diharapkan dapat menjadi katalis sehingga masyarakat dapat lebih tepat dalam mengenai lembaga keuangan syariah yang operasinya dijalankan sesuai syariat Al-Qur'an dan Hadits. Gerai Dinar didirikan oleh beberapa orang yang fokus dengan perkembangan ekonomi syariah khususnya dalam bidang investasi berbasis syariah. Gerai Dinar Pekalongan senantiasa melayani serta memfasilitasi masyarakat dalam berinvestasi serta bertransaksi jasa keuangan berbasis Dinar (Emas Logam Mulia) serta Dirham (Perak).

Gerai Dinar Pekalongan merupakan agen mitra kerjasama jaringan Gerai Dinar di Indonesia yang berkantor pusat di Kelapa Dua Raya Nomor 189 Depok Jawa Barat sebagai kontribusi resmi Dinar dan Dirham di Indonesia.

Gerai Dinar secara kelembagaan berbentuk Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dengan nama KJKS Gerai Dinar BMT Daarul Mustaqim Pekalongan Kota Pekalongan, yang telah dicatatkan di hadapan Notaris Lies Andriani, SH. Dengan Akta Notaris nomor 09 Tanggal 15 Oktober 2011. Gerai Dinar Pekalongan telah berbadan hukum dibawah naungan Dinas Perindustrian, Koperasi dan UMKM Kota Pekalongan dengan nomor 181/BH/XIV/.18/IX/2011.

Terkait fenomena lonjakan harga logam mulia belakangan ini, produk emas dari logam mulia yang dipromosikan di Indonesia oleh Gerai Dinar Pekalongan semakin berkembang. Perusahaan dituntut untuk memenangkan persaingan dengan cara mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Untuk mendukung hal tersebut, perusahaan dituntut untuk dapat menumbuhkan minat konsumen dalam membeli produk.

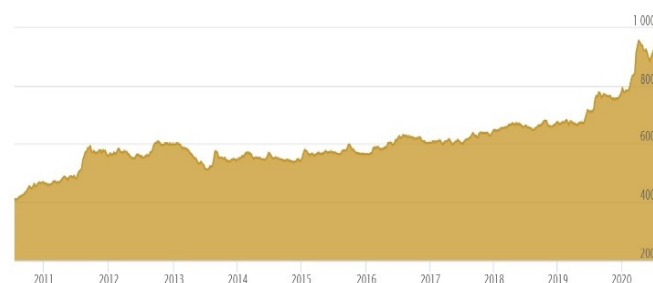
Salah satu cara menarik minat pelanggan untuk membeli produk yaitu dengan promosi yang dibuat oleh perusahaan. Promosi adalah bentuk kegiatan yang menginformasikan manfaat produk dan meyakinkan konsumennya untuk membelinya (Kotler & Armstrong, 2012). Tujuan promosi adalah mengkomunikasikan dan memberitahu kepada masyarakat dan publik tentang keunggulan produk, manfaat, harga beserta lokasi dan bagaimana cara memperolehnya. Promosi yang di terapkan oleh Gerai Dinar Pekalongan yaitu: pembagian brosur, melalui media sosial, literasi ke instansi dan perusahaan-perusahaan, *canvassing*. Promosi juga berfungsi untuk saling mengingatkan

nasabah mengenai produk, promosi juga ikut memengaruhi nasabah untuk menjadi minat dan akhirnya membeli dan juga bertujuan meningkatkan citra perusahaan di mata para nasabahnya (Kasmir, 2005).

Di sisi lain, faktor yang memengaruhi minat investasi logam mulia adalah harga. Hal ini menjelaskan bahwa fluktuasi harga menjadi suatu pertimbangan yang penting bagi nasabah dalam bertransaksi pembelian emas. Karena harga emas mengikuti kondisi inflasi, pada saat inflasi menurun maka harga emas ikut menurun. Sedangkan apabila inflasi naik harga emas ikut meningkat.

Dalam kurun waktu ini di Indonesia harga emas cenderung naik dan ketika harga emas turun tidak terlalu signifikan. Hal tersebut dikarenakan pada saat harga emas dalam harga *Dollar* Amerika Serikat turun, disaat waktu yang bersamaan harga *Dollar* Amerika Serikat cenderung meningkat. Banyak beberapa faktor yang memengaruhi harga emas naik maupun turun baik di Indonesia maupun dunia (Choirunnisa, 2018).

Berdasarkan data yang tersedia dari fluktuasi harga emas 10 tahun terakhir dari emas antam dari tahun 2011 – 2020 oleh PT. Aneka Tambang:



Sumber : Data PT. Aneka Tambang (ANTAM) dari tahun 2011- 2020

Gambar 1.1

Fluktuasi harga emas 10 tahun terakhir Periode 2011 - 2020

Berdasarkan grafik pada gambar 1.1 sepanjang tahun 2020, harga logam mulia emas Antam naik kisaran 55%. Dibandingkan Rp. 674.000 per gram pada akhir tahun 2019. Harga emas terus menerus melewati rekor baru terutama pada saat pandemi covid-19 merebak.

Besar kecilnya suatu pendapatan yang diterima juga akan memengaruhi keputusan untuk membeli. Pendapatan yang dimaksudkan yaitu pendapatan yang diterima dalam bentuk uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi setelah melakukan beberapa prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu dalam bentuk pendapatan dari profesi yang dikerjakan sendiri maupun perorangan dan pendapatan kekayaan.

Promosi ialah salah satu variabel pada kegiatan bauran pemasaran yang sangatlah wajib diberlakukan oleh perusahaan dalam pemasaran produk serta jasa. promosi bukan saja hanya menjadi alat komunikasi antara perusahaan dan calon konsumen. Melainkan pula menjadi untuk bagaimana calon konsumen tadi bisa membeli produk serta jasa sesuai kebutuhannya (Mulyandari, 2018).

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Guspia Ningsih, Muhammad Dayyan, Nurjanah. Hasil penelitian ini menunjukkandengan meningkatnya volume penjualan antara tahun 2014 – 2018 adalah 159 nasabah. Hasil tersebut mengalami peningkatan tetapi tidak stabil. Keberhasilan peningkatan penjualan tersebut diperoleh dengan berbagai penerapan strategi promosi yang dilakukan (Ningsih et al., 2019). Sedangkan, pada penelitian yang dilakukan oleh Nine Septa Maharani pada tahun 2020 bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap

variabel minat, yang artinya apabila promosi ditingkatkan maka minat nasabah akan menurun (Maharani, 2020).

Pada penelitian yang dilakukan Muslidar Verayani (2019) mendapatkan hasil variabel harga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli emas. Berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Angga Aptaguna dkk (2016) yang menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat beli jasa Go-Jek.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Moena Azizah (2016) menunjukkan hasil variabel pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah investasi emas di BSM Warung Buncit. Namun, jika dibandingkan dengan penelitian Liliana Ahass (2018) yang memiliki hasil pada variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat beli produk perbankan syariah.

Berdasarkan latar belakang fakta di lapangan dan gap *research* dari penelitian-penelitian sebelumnya. Untuk memahami lebih mendalam maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, Harga, Dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Emas Logam Mulia Gerai Dinar Pekalongan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah tersebut, peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat investasi emas logam mulia?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat investasi emas logam mulia?
3. Apakah pendapatan nasabah berpengaruh terhadap minat investasi emas logam mulia?
4. Apakah promosi, harga dan pendapatan berpengaruh terhadap minat investasi emas logam mulia?

C. Batasan Masalah

Karena luasnya permasalahan yang ada dalam lingkup mengenai minat investasi emas logam mulia Gerai Dinar Pekalongan, maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini hanya menggunakan variabel promosi, harga, dan pendapatan nasabah sebagai *variable independent*.
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel minat investasi emas logam mulia sebagai *variable dependent*.
3. Penelitian ini dilakukan di Gerai Dinar Pekalongan pada tahun 2021

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi emas logam mulia.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi emas logam mulia

3. Untuk mengetahui apakah pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi emas logam mulia
4. Untuk mengetahui apakah promosi, harga dan pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap investasi emas logam mulia.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai sarana pengembangan teori dan ilmu pengetahuan yang secara teoritis terkait dengan pembahasan penelitian ini sendiri yang diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca khususnya dalam hal-hal yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, dalam hal ini minat berinvestasi emas logam mulia.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat berguna sebagai sarana untuk memberikan informasi mengenai hasil pengaruh promosi, harga dan pendapatan nasabah terhadap minat investasi emas logam mulia. Dari hasil penelitian yang dilakukan, penulis berharap dapat memberikan manfaat dan berguna bagi:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman ilmu ekonomi secara komprehensif terutama dalam minat investasi emas logam mulia di Gerai Dinar Pekalongan.

b. Bagi IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini diharapkan sebagai sarana untuk menambah ilmu pengetahuan maupun sebagai referensi penelitian selanjutnya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi suatu acuan penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini berkenaan dengan uraian singkat berupa hal-hal yang secara sistematis akan ditulis bab demi bab. Materi yang akan diuraikan kemudian disajikan melalui lima bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini membahas mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai data penelitian, hasil uji hipotesis, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Merupakan bab terakhir yang berisi simpulan dari hasil penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui apakah ketiga variabel independen tersebut yaitu promosi, harga dan pendapatan berpengaruh terhadap minat investasi dan juga ingin mengetahui apakah ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat investasi Gerai Dinar Pekalongan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Segala kegiatan yang berhubungan dengan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi Gerai Dinar Pekalongan.
2. Semakin baik kondisi Harga maka juga semakin baik juga hasil dari pada minat investasi Gerai Dinar Pekalongan.
3. Kesesuaian pendapatan nasabah sangat berpengaruh terhadap minat nvestasi Gerai Dinar Pekalongan.
4. Secara simultan variabel promosi, harga, dan pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi Gerai Dinar Pekalongan karena nilai signifikansinya 0,000 jauh lebih kecil dari 0,05.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan:

1. Pengelola Gerai Dinar Pekalongan perlu memperhatikan hasil temuan dari penelitian ini dalam rangka meningkatkan promosi di Gerai Dinar

Pekalongan. Hal ini dengan meningkatkan strategi pemasaran harga, menciptakan inovasi – inovasi baru.

2. Perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain promosi, harga, dan pendapatan yang berpengaruh terhadap minat investasi. Penelitian ini belum memasukkan variabel lain yang mungkin mampu mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amanaturrohim, H. (2015). *Pengaruh Pendapatan dan Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Kesejahteraan Keluarga Petani Penggarap Kopi di Kecamatan Candirotto Kabupaten Temanggung*. 1 No. 2.
- Asnawi, S. K., & Wijaya, C. (2005). *Riset Keuangan Pengujian-Pengujian Empiris*. PT. Gramedia.
- Azizah, M. (2016). *Pengaruh Pendapatan dan Pendidikan Nasabah terhadap Minat Nasabah Investasi Emas di BSM KC warung Buncit*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Bungin, B. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu sosisal lainnya*. Kencana.
- Chapra, M. U. (1999). *Islam and The Economic Challenge (Islam dan Tantangan Ekonomi)* (N. H. Ihsan (ed.); 1st ed.).
- Choirunnisa. (2018). *Analisis Fluktuasi Harga Emas terhadap Pendapatan Pegadaian Syariah Indonesia*.
- Fauziah, A., & Surya. (2016). Peluang Investasi Emas Jangka Panjang melalui Produk Pembiayaan BSM Cicil Emas. *Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 116 N.
- Ferdinand. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarto, M. (2018). *Tranformasi Data Ordinal ke Interval dengan MSI menggunakan Program EXCEL*.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. PT. Elex Media Komputindo.
- Huda, N., & Heykal, M. (2010). *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis* (1st ed.). Kencana.
- Husaini, U., & Setiadi. (2003). *Pengantar Statistika*. PT. Bumi Aksara.
- Ifham Solihin, A. (2010). *Buku Pintar Ekonomi Syariah* (1st ed.). PT. Gramedia.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Kencana.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid I). Erlangga.
- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, Vol 1 No 1, 57–78.
- Maidiana. (2021). Penelitian Survey. *Alacrity: Journal of Education*, 2(1), 20–29.
- Makmur, H. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 4 No.
- Mardiasmo. (2003). *Perpajakan*. Andi.
- Muhammad, S. (2017). *Pengaruh Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Banda Lampung*. UIN Raden Intan Lampung.
- Mulyandari, D. (2018). *PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN PENDAPATAN NASABAH TERHADAP MINAT NASABAH UNTUK INVESTASI EMAS DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG WONOGIRI*. IAIN Surakarta.
- Muslimin, S., Zainab, & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, Vol 2.
- Ningsih, G., Dayyan, M., & Nurjanah. (2019). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia di Pegadaian Syariah Langsa Barat*.
- Prayitno, & Duwi. (2010). *Paham Analisa Data Statistik dengan SPSS*. Mediakom.
- Riana, D. M. (2019). *PENGARUH PROMOSI DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT NASABAH PADA PRODUK MURABAHAH LOGAM MULIA INVESTASI ABADI (MULIA) (Studi Pada Pegadaian Syariah UPS Pasar Tamin Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Santoso, S. (2000). *Buku Latihan Statistik Parametrik*. PT. Elex Media Komputindo.
- Sodik, M. (2017). *Pengaruh Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Banda Lampung*. UIN Raden Intan Lampung.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif DAN R&D* (Cetakan ke). Alfabeta.

- Suparyanto. (2016). *Konsep Dasar Pendapatan Keuangan*. Graha Ilmu.
- V. Wiratna, S. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi* (1st ed.). Pustaka Baru Press.
- Verayani, M. (2019). *PENGARUH FLUKTUASI HARGA EMAS DAN STRATEGI PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI EMAS PADA BANK SYARIAH MANDIRI BANDA ACEH*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH.
- Yohanes, S. (2007). *Ekonofisika dan Nobel Ekonomi*. Kompas.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media Group.