

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Politik*. PT Rineka Cipta.
- Arum Janie, D. . (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*. Semarang University Press.
- Boyd, H.W, Orville, C.W, Jean, C.L. (2011). *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*. Erlangga
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, I. (2013). *Desain Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yoga Pratama.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai Spss : Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Deepublish.
- Hamid, A. (2007). *Panduan Penulisan Skripsi*. Feis UIN Press.
- Herman, K. Muhammad Syakir Sula. (2006). *Syariah Marketing*. PT. Mizan Pustaka
- Ikatan Bangkir Indonesia. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler & Amstrong. (2001) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Edisi keduabelas jilid 1 Erlangga
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. (2014). Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Prehalindo
- Kotler, P. (2014). Marketing Manajemen. Erlangga
- Kurhayati, Dkk. (2020). Kebijakan Public Di Era Digitalisasi. ICM.
- Narbuko, Cholid, A. . (2013). Metode Penelitian. Bumi Aksara.
- Richard L. Daft. (2003). Manajemen, Diterjemahkan dari “Management” oleh Edward Tanujaya dan Shirly Tiolina. Salemba Empat,
- Soemarsono. (2010). Peranan Produk Dalam Menentukan Harga Jual. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Alfabeta.
- Surya, Y. (2007). *Ekonofisika Dan Nobel Ekonomi*. Kompas.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta. CV.AndiOffset.
- Yohanes, Surya. (2007). Ekonofisika dan Nobel Ekonomi. Kompas.
- Widodo. (2017). Metode Penelitian. PT.RajaGrafindo Persada.

JURNAL

- Afifah, Ulya., Sutrisna, E. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Emas Pada Pt. Pegadaian Cabang Pekanbaru Kota. *Jurnal JOM FISIP, Volume 9*.
- Anggarwati, M. (2020). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kilat Khusus Mitra Korporat Kantor Pos Purwokerto. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis Dan Manajemen, Valume 5 N(E-ISSN: 2685-6204), 72*.

- Armahadyani. (2017). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Makanan Pa'mur Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*.
- Ayuwardani, R. P., & Isroah, I. (2018). Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering (Studi Empiris Perusahaan Go Public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19781>
- Batubara, Sarmiana, A. . (2021). Strategi Pemasaran Dan Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di Pt. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan Padangsidempuan. *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, 03(2656–5633), 121–133.
- Cahaya, I. . (2018). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Masyarakat Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Way Urang Kec.Kalianda Lam-Sel). *Jurnal Statistika*, 6(2), 166–171. <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/statistik/article/view/4322/4001>
- Dewianty, S. (2012). Sistem Lembaga Keuangan Syariah Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, Vol.2, No.
- Ernestivita, G. (2016). Analisis Pengaruh Place , Promotion, Dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage Di Pt Sucoriners Central Gani Cabang Kediri. *Jurnal Nusamba*, Vol. 1 NO.
- Hidayah, A; Malarangga, H; &fatma, F. (2019). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 2
- Karim, S., Mulyani, Y. (2015). Evaluasi Kegiatan Promosi Politeknik Negeri Balikpapan Dalam Menjaring Mahasiswa Baru Periode 2013-2015. *Jurnal Sains Terapan*, Volume 2,(ISSN: 2406-8810), 95.

- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh Promosi Dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Dan ...*, 1, 57–78. <https://www.ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/muhasabatuna/article/view/702>
- Montolalu, Prisca; Raintung, C. M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pada Pt.Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado. *Jurnal EMBA, Volume 6*
- Parakkasi, I. (2018). Analisis Harga Dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam. *Laa Maysir, Volume 6*, 118.
- Putri, E. . (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Promosi (Promotional Mix) Pada Matahari Store Bengkulu. *Management Insight, volume 9*, 45–54.
- Rahim, R. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Ladaya Kutai Kartanegara. *Ejournal Administrasi Bisnis, volume 5*,.
- Syarifuddin, A.F, M. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar. *Ibef: Islamic Banking, Economic And Financial Journal, Volume 1*
- Tarmizi, H. N. (2020). Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas: Efek Promosi Dan Kualitas Pelayanan Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Palu Timur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Dewantara, Vol. 3*.
- Wanita, N. (2016). Bauran Promosi (Promotion Mix) Konvensional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Bilancia, Volume 10*,.

SKRIPSI

- Adha, L. (2021). *Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Produk Cicil Emas Pada Pegadaian Syariah Pasar Baru Indramayu*. IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

- Afifah, Ulya., Sutrisna, E. (2022). Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian produk Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian Cabang Pekanbaru Kota. *Jurnal JOM FISIP, Volume 9*.
- Alwi, H. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Nasabah Non Muslim Memiliki Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah (Studi kasus Unit Pelayanan Syariah Wonokitri Surabaya)*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Asmat, A. (2017). *Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Bank Syariah di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. UIN Satu Tulungagung.
- Auladi, F. A. (2021). *Pengaruh Strategi Promosi Dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Untuk Berinvestasi Di Pt. Pegadaian Cabang Kebumen*.
- Ernawati, E. (2017). *Analisis mekanisme Penetapan Harga Jual Produk Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Rumah Tangga Menurut Perspektif Islam (studi pada siger roemah batik kec.kemiling-bandar lampung)*. Uin Raden Intan Lampung.
- Ernestivita, G. (2016). Analisis Pengaruh Place , Promotion, dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage Di PT Sucoriners Central Gani Cabang Kediri. *Jurnal Nusamba, Vol. 1 NO*.
- Fitria, R. (2019). *Strategi Pemasaran Tabungan Emas Pada PT Pegadaian (Persero) Unit Syariah Simpang Benteng Payakumbuh*.
<https://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/12517>
- Hasibuan Avila, C. (2021). *Analisis Pengaruh Tingkat Inflasi Dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Penyaluran Pembiayaan Rahn (Studi Kasus Pada Produk Gadai Emas Pt Bank Syariah Mandiri Tahun 2015-2020)*.
- Hasibuan, N. . (2021). *Analisis Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan*. IAIN Padangsidimpua.

- Nurfadila, K. (2021). *Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Rahn di PT.Pegadaian Unit Pegadaian Syariah Cikpuan Pekanbaru*. Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ratnaningrum, H. (2016). *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite Di Kota Yogyakarta*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Rismanto. (2016). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pada CV. Rabbani Asysa Kota Bengkulu*. IAIN Bengkulu.
- Royani, I. (2017). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Penetapan Harga jual Dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah Warung Mikro Pada Bank Syariah Mandiri KC Majalengka*. IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Sihombing, R. (2022). *Pengaruh Fukuasi Harga Emas Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Rahn (Studi Pt. Pegadian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok)*. Iain Padangsidimpuan.
- Trisnawati, T. (2021). *Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya Titipan Serta Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KC. Palembang Radial*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Wanita, N. (2016). *Bauran Promosi (Promotion Mix) Konvensional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Bilancia, Volume 10.*

WEBSITE

<https://antam.com>

Parakkasi, I. (2018). Analisis Harga dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam. *Laa Maysir, Volume 6*, 118.

Pluang. (n.d.). *Trend Grafik Perubahan Harga Logam Mulia/Emas*. <https://harga-emas.org/grafik/>

Pranala. (n.d.). *pengertian fluktuasi menurut KBBI*. <https://kbbi.web.id/fluktuasi>



