

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2017). Living in the world that is fit for habitation : CCI's ecumenical and religious relationships. In *Aswaja Pressindo*.
- Akbar, D. A. (2016). Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Di Pt. Bank Bni Syariah Cabang Palembang). *I-Economics*, 2(1), 1–18.
- Alnaser, F. M. I. (2017). The Influence of Services Marketing Mix (7 Ps.) and Subjective Norms on Customer's Satisfaction in Islamic Banks of Palestine . *European Journal of Business and Management* , 9(27), 20–25.
<http://iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/38819/39920>
- Amalia, N. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas nasabah untuk menabung di btn syariah kantor cabang malang*.
- Amhas, M. (2018). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) Makassar 01 Selatan. *Jurnal Mirai Management*, 3(1), 122–136.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 137–156.
- Anggriani, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Pt. Asuransi Takaful Keluarga Palembang. *Skripsi*, 59.
<http://eprints.radenfatah.ac.id/1505/>
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif: edisi 1*. Airlangga University Press.

- Apriliawati, D. (2020). Diary Study sebagai Metode Pengumpulan Data pada Riset Kuantitatif: Sebuah Literature Review. *Journal of Psychological Perspective*, 2(2), 79–89.
- Arfah, T. (2020). *Keuangan Publik Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 3(2), 14–23.
- Arieska, P. K., & Herdiani, N. (2018). Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif. *Jurnal Statistika*, 6(2), 166–171.
- Arifin. (2016). Analisis Kinerja Keuangan Pt . Pegadaian Cabang Ulak Karang. *Keuangan Dan Perbankan*, 1–10.
- Arum Puspa Utami. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 1(8), 1–21.
- Authors, & Gunawan, F. S. A. C. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>
- Ayu, D., & Ardy, P. (2017). *Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300*. 1.
- Baiti, R. U., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2016). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan IB Muamalat Di Bank Muamalat KCP Salatiga*.
- Bukido, R., & Hasan, F. (2016). Penerapan Akad Ijarah Pada Produk Rahn Di Cabang Pegadaian Syariah Istiqlal Manado. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 14(1), 1–19. <https://doi.org/10.30984/as.v14i1.311>
- Chana, P., Siripipatthanakul, S., & Nurrittamont, W. (2021). Effect of the service marketing mix (7Ps) on patient satisfaction for clinic services in Thailand. *IJBMC: An International Journal*, 1(2), 1–15.

<https://www.researchgate.net/publication/354985695>

- Choirunisak, M. T. (2021). Faktor Determinan Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Emas. *Akuntansi, Jurnal Syariah, Perbankan, 1*(2012), 92–111.
- Constantianus, F. (2006). Produk Dan Jasa Dalam Kaitannya Dengan Tingkat Kepuasan Konsumen Sebagai Elemen Dalam Sistem Kerja E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi UKM, 1*(1), 27–36.
- D Fatihudin, A. F. (2019). Pemasaran Jasa. *Angewandte Chemie International Edition, 6*(11), 951–952., March.
- Dewantoro, K. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Wisma Anisa Batik di Kabupaten Bangkalan). *Jurnal Pendidikan Tataniaga, 1*.
- Dewi, M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Pengguna BPJS pada Rumah Sakit Rehabilitasi Medik Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 5*(2), 535–544.
- Dewi, S. P. (2017). Pengaruh Pengendalian Internal Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Spbu Yogyakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling, 1*(9), 1689–1699.
file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf
- Dimas Suhendra Syahri Ramadhan. (2017). *i*.
- Dwinanda, G. (2019). Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makasar. *Jurnal Mirai Managemnt, 4*(2), 122–136.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Elat, T. P., Kawet, L., & Tumbel, A. (2014). Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen di Hello Tours And Travel Manado. *Jurnal EMBA, 2*(3), 399–410.

- Endang Sriwahyuni. (2019). *Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bak Syariah (Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi)*.
- Erdiantama, R. A., & Hadi, H. S. (2021). Aplikasi Augmented Reality Sebagai Media Promosi Untuk Pemodelan Halte Bus Berbasis Android. *Jurnal Multi Media Dan IT*, 5(1), 107–116. <https://doi.org/10.46961/jommit.v5i1.341>
- Fajri, D. A., Arifin, Z., & Wilopo. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 1–10.
- Fauzi, Y. (2015). Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(03). <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i03.51>
- Fauzia, K. (2020). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Piutang Usaha Berbasis Web Menggunakan PHP dan MySQL. *Jurnal Tekno Kompak*, 14(2), 80. <https://doi.org/10.33365/jtk.v14i2.746>
- Febrianti, G. S. (2017). Mekanisme Pegadaian Perspektif Islam. *Hukum Ekonomi Syariah*, 1–15.
- Fitri, N. M., & Sari, S. R. (2020). Pengaruh Kreativitas Dan Minat Belajar Terhadap Hasil Belajar Matematika. *Jurnal Silogisme : Kajian Ilmu Matematika Dan Pembelajarannya*, 4(2), 68. <https://doi.org/10.24269/silogisme.v4i2.988>
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47–58. <https://doi.org/10.33369/insight.13.1.47-58>
- Fuentes, M. M. M. (2017). *Analisis Pengaruh Fiancial Inclusion Terhadap Pendapatan Pengrajin Rotan Di Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo*. 1–14.
- Ge, Z., Chen, D., Zhang, J., Rao, J., Yin, J., Wang, D., Wan, X., Shi, W., & Liu,

- S. (2016). Facile synthesis of dumbbell-shaped dendritic-linear-dendritic triblock copolymer via reversible addition-fragmentation chain transfer polymerization. *Journal of Polymer Science, Part A: Polymer Chemistry*, 45(8), 1432–1445. <https://doi.org/10.1002/pola.21914>
- Hadinnisa, I. I., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Indonesia, P. (2018). *Nasabah Tabungan Simpedes Bank BRI Kantor Unit. 1*, 17–27.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Hasanuddin, M. (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 UNSRAT*, 4(1), 128464.
- Hidayat, zubaidah hanum & sahral. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06, 37–43.
- Husni Muharram Ritonga & Ocdy Amelia. (2017). Analisis Kualitas, Desain, Dan Karakteristik Terhadap Produk Jasa Pada Bank BRI Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 7(1), 37–44.
- I.heryanto. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101. <https://doi.org/2443-2121Heryanto>, I. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Ekonomi, Bisnis &*

Entrepreneurship, 9(2), 80–101. <http://doi.org/2443-2121>

iii, B. A. B. (n.d.). *Bab iii hakekat penelitian inferensial*. 73–82.

Iqbal, M. (2020). Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Bintang Lima Kota Palembang. *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPRO)*, 1(2), 145–162. <https://doi.org/10.35908/ijmpro.v1i2.21>

Kaeng, A. M., Mananeke, L., & Lumanauw, B. (2014). Bauran Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Di PT . Hasjrat Abadi. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1077–1088.

Kaluku, F., Mandey, S. L., & Soepeno, D. (2018). Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Unggulan Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 888–897.

Katuuk, P. V, Tumbel, A. L., Samadi, R. L., Produk, P., Dan, L., Terhadap, P., & Tumbel, A. L. (2019). *Menjadi Nasabah Di Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Bahu The Influence Of Product , Price , Location And Promotion On Decision To Become A Customer In Bank BNI KCP Bahu*. 7(4), 4819–4828.

Kondoy, B. M. . J., Tewal, B., & Worang, F. (2016). Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan menjadi Nasabah di BPR Prisma Dana Manado. *Jurnal EMBA*, 4(4), 1025–1036.

Lamtana, L., & Mayditri, V. (2022). Penerapan Prinsip Syariah pada Akad Rahn di Lembaga Pegadaian Syariah. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(2), 422–440. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i2.397>

Lesmana, I., Pamikiran, R. D. C., & Labaro, I. L. (2017). Produksi dan Produktivitas Hasil Tangkapan Kapal Tuna Hand Line yang Berpangkalan di Kelurahan Mawali, Kecamatan Lembeh Utara, Kota Bitung. *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Perikanan*, 2(6), 205–211.

- Lesmono, B. L. (2022). Studi Literatur Pergadaian Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 599. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4368>
- Lubis, A. N. (2004). Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis. *Persepsi Masyarakat Terhadap Perawatan Ortodontik Yang Dilakukan Oleh Pihak Non Profesional*, 1–14. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf><http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal><http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1>
- Lugito, A. (2013). Studi Perbandingan Model Perhitungan Laba antara Pegadaian Syariah dengan Pegadaian Konvensional. *Jurnal Akuntansi Unesa*, 1(2), 1–22.
- Mania, S. (2008). Observasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan Dan Pengajaran. *Lentera Pendidikan : Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*, 11(2), 220–233. <https://doi.org/10.24252/lp.2008v11n2a7>
- Maria Leonilda N. Wona, Tarsisius Timuneno, A. H. J. F. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Buku Suci Kupang. *Glory : Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, Vol 2 No 1 (Vol 2 No 1-Mar (2021): Glory : Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial), 63–77.
- Marliadi, & Anggriani, I. (2017). Hubungan Pelayanan Dengan Keputusan Menggunakan Jasa Pt. Anugrah Quba Mandiri Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 148–159. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v3i2.142>
- Masruroh, A. T. (2020). Tinjauan Fiqhmuamalah Terhadap Penerapan Akad Dalam Pegadaian Syariah. *Jurnal Ilmu Syariah*, 2, 1–16.
- Meiyuti, P. W. (2013). Pengelolaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada PT. Aneka Sejahtera Engineering. *Jurnal Manajemen Bisnis Petra*, 1(2), 1–12.

- Melpiana, E., & Sudarajat, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty. *Management and Accounting Expose*, 5(1). <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>
- Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-Economics: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(1), 73–92. <http://www.pekerjadata.com/2013/11/.html>
- Muhammad, O. H., & Nuryadin, B. (n.d.). *Harga dalam perspektif islam*.
- Muhammad Rifai Kurnia. (2016). Pengaruh Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tennis Meja Oke Sport Di Kecamatan Wonosari. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 24(1), 33–42.
- Mukti, T., Ilmu, F., Islam, A., & Indonesia, U. I. (2020). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6 (02), 2020 , 239-245 Peran Pegadaian Syariah dalam Literasi Keuangan Syariah. 6(02), 239–245.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 191–200. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v6i2.1014>
- Nasution, R. S. (2016). Sistem Operasional Pegadaian Syariah Berdasarkan Surah Al-Baqarah 283 pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Gunung Sari Balikpapan. *Al-Tijary*, 1(2), 93–119. <https://doi.org/10.21093/at.v1i2.529>
- Nasution, S. (2017). Variabel penelitian. *Raudhah*, 05(02), 1–9. <http://jurnaltarbiyah.uinsu.ac.id/index.php/raudhah/article/view/182>
- Nizar, M. (2018). Pengaruh Sumber Daya Manusia, Permodalan dan Pemasaran terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Sari Apel di Kecamatan Tukur. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 51–69. <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/iqtishoduna/article/view/212>
- Noor, A. M. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran 7 (P) Terhadap Keputusan

Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Hotel Grand Sawit Di Samarinda. *EJournal Administrasi Bisnis*, 4(4), 1031–1045.

Nugraha, M. R. (2008). *Universitas Sumatera Utara Medan 2008*.

Nurcholifah, I. (2014). Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies*, 4(1), 73–86.

Oktari, Y. R. (2019). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Kartu Kredit Pada PT. Bank Cenral Asia Tbk. Kantor Cabang Pembantu Gagak Bitam Medan*.

Pegadadian. (n.d.). *Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah Pegadaian - Info Dairi*. Retrieved January 24, 2023, from <https://infodairi.id/kredit-usaha-rakyat-kur-syariah-pegadaian/>

Pramulia, Mandey, R. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Rumah Alam Manado. *Jurnal EMBA*, 7(3), 2661–2670.

Priyatno, D. (2008). *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product And Service Solution) Untuk Analisis Data & Uji Statistik*. Mediakom.

Priyono, S. ibad; R. A. A. (2018). pengaruh bauran pemasaran jasa (Product, Price, Place, Promotion, Process, people, and Physical Evidence) terhadap keputusan pembelian (Study Kasus Pada Jasa Transportasi CV King Tour And Trave). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 7(2), 167–179. <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/867>

Putra, A. L., & Sulistyawati, E. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Mengwi, Badung, Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 2(8), 1–18.

Qorizah, A., & Setiawan Prabowo, P. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil KPR Syariah Bank Jatim Syariah Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 149–161. <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>

- Rachmawati, D. W. (2018). Sekolah SMK Swakarya Palembang Penelitian. *Jurnal Profit*, 5(2), 111–118. <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jp/article/viewFile/6600/3426>
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Ratih Suwanti, Salim Basalamah, J. K. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Memiliki Tabungan Britama Pada Kantor Cabang Pembantu Bank Rakyat Indonesia Slamet Riyadi Makassar. *Journal of Management Science (JMS)*, 2(1), 145–158.
- Refi Mariska, D. S. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Cu Cinta Kasih Tigapanah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 21, 31–47.
- Riyono, & Erik, G. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Rizal, R., Romidon, H., & Handika, I. (2017). Analisis Bauran Pemasaran terhadap Omzet Penjualan pada PT. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang. *Jurnal Adminika*, 3(2), 78–94.
- Roficoh, L. W., & Ghozali, M. (2018). Aplikasi Akad Rahn Pada Pegadaian Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2). <https://doi.org/10.30651/jms.v3i2.1736>
- Rombon, V. F. A., Pelleng, F., & Mukuan, D. (2021). Pengaruh Produk , Harga , Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Toko Bahtera Cell It Center Kota Manado. *Productivity*, 2(3), 12–16.
- Rusdian, S., & Nurjanah, I. A. (2020). Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ramen Ranjang 69). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(1), 55–61.
- Rustiray, D. sieke, Pasulu, M., & Syam, A. H. (2021). Pengaruh Bauran

- Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ss Coffee Space Di Makassar. *Jurnal Online Manajemen ELPEI*, 1(1), 24–31. <https://doi.org/10.58191/jomel.v1i1.13>
- Sa, H., & Sopingi, I. (2019). *Pengaruh Marketing Mix-7P Dan Religi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabh (Survey Pada PT . Bank BRISyariah KCP Wahid Hasyim Jombang)*. 3(1), 59–72.
- Saidani, B., & R Sudiarditha, I. K. (2019). Marketing Mix-7Ps: The Effect on Customer Satisfaction. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 7(1), 72–86. <https://doi.org/10.21009/jpeb.007.1.7>
- Samsu, S., Pengakuan, A., ... D., Saharia, O. :, Fakultas, S., Jurusan, E., Universitas, A., & Manado, S. R. (2013). Analisis Pengakuan Dan Pengukuran Pendapatan Berdasarkan Psak No. 23 Pada Pt. Misa Utara Manado. *Jurnal EMBA*, 5671(3), 567–575.
- Santoso, R., Shinta, R., & Fianto, A. Y. A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Bahari Jawa Timur. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 4(2), 73–86. <https://doi.org/10.33005/mebis.v4i2.56>
- Sari, C. N., & Ratno, F. A. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Menabung dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi Cyntia. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 8(2), 312–327. <https://doi.org/10.24952/masharif.v8i2.3828>
- Sari, D. K. (2015). Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung Tabungan Prama Di Bankaltim Cabang Utama Samarinda. *Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 1–13. [https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/11/Jurnal Devi Kumala Sari \(11-13-15-01-13-05\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/11/Jurnal%20Devi%20Kumala%20Sari%20(11-13-15-01-13-05).pdf)
- Sari, L. A., Islam, U., Sunan, N., Surabaya, A., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Studi, P., & Syariah, E. (2021). *Pegadaian Syariah Digital Service Dalam Etika Bisnis Islam (Studi Kasus : Pegadaian Syariah CPS Kebomas Gresik*

). 5.

Sari, O. V. P. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Pada Rumah Makan Khas Kaili Jalan Tembang Di Kota Palu. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(2), 362–374.

Sembiring, I. J. (2014). *Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loylitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald ' s MT . Haryono Malang)*. 15(1), 1–10.

Setiadi, Y. W., & Fitri, M. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 148–155. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v6i2.608>

Setianto, G., & Wartini, S. (2017). Pengaruh Bukti Fisik dan Empati Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6(4), 367–376. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/5585>

Shandy, I. A. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket Lulumart Di Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(3), 192. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i3.3798>

Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236>

Sonjaya, R., Marnisah, L., & Zamzam, F. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Martapura. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(2), 117–136. <https://doi.org/10.36908/esha.v6i2.204>

Sri Maharsi, & Yuliani Mulyadi. (2007). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

- Minat Nasabah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1), 18–28.
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/16812>
- Sri Mulyani, I. H. (n.d.). Pengaruh Experiential Marketing dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Laki Lucky Babershop. *Ekonomi, Jurnal Manajemen, D A N*.
- Subakti, H., & Handayani, E. S. (2020). Pengaruh Bimbingan Belajar Terhadap Hasil Belajar Bahasa Indonesia Siswa Kelas Tinggi di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 247–255. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.648>
- Sugiyono. (2016). Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(2), 459–470.
- Supriyanto, M., & Taali, M. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap Di The Sun Hotel Madiun. 2*.
- Surepno, S. (2018). Studi Implementasi Akad Rahn (Gadai Syariah) Pada Lembaga Keuangan Syariah. *TAWAZUN : Journal of Sharia Economic Law*, 1(2), 174. <https://doi.org/10.21043/tawazun.v1i2.5090>
- Susanti, F. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Klien Dalam Memilih Radio Carano Sebagai Media Promosi Iklan. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Klien Dalam Memilih Radio Carano Sebagai Media Promosi Iklan*, 3(1), 104–115.
- Susanti, N., Halin, H., & Kurniawan, M. (2017). Pengaruh bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 43–49.
- Syariah, K., Kurdi, S., Fauzi, M., & Kholil, M. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Kabupaten Kendal Sulaiman Kurdi 1 , Muhammad Fauzi 1 , Moh. Kholil 1 1*. 4(2), 26–40.
- Syariah, P. (n.d.). *Pegadaian Syariah Digital Service*. Retrieved January 24, 2023,

from <https://digital.pegadaiansyariah.co.id/info-produk>

- Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok. *Islami Economic: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 19–46. <https://doi.org/10.32678/ijej.v8i1.64>
- Tarantang, J., Astuti, M., Awwaliyah, A., & Munawaroh, M. (2019). Regulasi Dan Implementasi Pegadaian Syariah Di Indonesia. In *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Ujang, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Jawa Barat. *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unis Bank (Sendi_U) Kajian Multi Disiplin Ilmu Untuk Mewujudkan Poros Maritim Dalam Pembangunan Ekonomi Berbasis Kesejahteraan Rakyat ISBN: 978-979-3649-81-8, 978–979*.
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Al-Fathonah: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 1(1), 342–351.
- Utama, aditia edy. (2017). *Pengaruh Produk, Kualitas Jasa, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Penabung (Studi Pada BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur)*. 1–14.
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 02(01), 51–65.
- Wahyudi, K. (2018). Manajemen Pemasaran Pendidikan. *Kariman*, 04(02), 99–116.
- Widyawati, N. (2017). Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Di Hotel Zakiah Medan. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 12(1), 74.

<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2008.v12.i1.2063>

Wijaya, E., & Ariyani, P. M. (2018). Pengaruh Service Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung Pada PT. Bank Mayapada Internasional TBK Cabang A.Yani Pekanbaru. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (Costing)*, 1(2), 283–296. <https://doi.org/10.31539/costing.v1i2.263>

Wiwoho, J. (2014). Peran Lembaga Keuangan Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank Dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat. *Masalah-Masalah Hukum, Jilid 43, (Hukum)*, 87–97.

Wowor, V. R. (2018). Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1231.

Yasin, M. F. R. N. & H. (2017). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. 14(02), 135–143.

Yulianto, E. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pelanggan yang Menggunakan Jasa Pengiriman di Kantor Pos Besar Kota Malang)*. 1(1), 1–8.

Yuliarty, P., Permana, T., & Pratama, A. (2017). Pengembangan desain produk papan tulis dengan metode. *Pasti*, VI(1), 1–13. http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_219568766993.pdf

Yuyun Juwita Lestari. (2021). Ketentuan Pegadaian Syariah Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(2), 117–126. <https://doi.org/10.24239/tadayun.v2i2.22>

Zamrodah, Y. (2016). *Journal_Penggadaian_Syariah*. 15(2), 1–23.

Zulkarnaim, T. (2015). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4, Nomor 2*,

Februari 2015. 4(prom 2).

