

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, M. N. (2010). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (Cetakan Ke)*. Alfabeta.
- Andri Soemitra. (2010). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. In A. Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (p. 387). Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Andri Soemitra. (2010). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Angelica, D. (2009). *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Selemba Empat.
- Arif, M. R. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Aziz, A. (2010). *Manajemen Investasi Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Buchari, S. (2010). *Antologi Kajian Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Burhanuddin, S. (2010). *aspek hukum lembaga keuangan syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Chaplin, J. P. (2008). *Kamus Psikologi Lengkap*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung : PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Gunawan, F. (2018). *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Jusmaliani. (2011). *Pengelolaan Sumber Daya Insani*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Kasmir. (2005). *Pemassaran Bank*. Jakarta: Prenada Media.
- Keller, P. K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. PT Gelora Aksara Pratama : Erlangga.
- Nitisemito, A. S. (1988). *Managemen Personalia*. In *Managemen Sumber Daya Manusia* (p. 60). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nur Asnawi, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: Rajawali Pers.

- Nur Asnawi, M. A. (2017). Pemasaran Syariah. Depok: Rajawali Pers.
- Nurisya. (2017). Komunikasi Persuasif Pt. Pegadaian (Persero) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Emas, Cabang Panam Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Riau: Universitas Riau.
- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Intergrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saladin, D. (2003). Manajemen Pemasaran. Linda Karya.
- Setiadi, N. J. (2003). Perilaku Konsumen. Bogor: Kencana.
- Setyowati, A. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mendasari Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Ngebean Kartasura*. IAIN Surakarta.
- Sugiono. (2018). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suktisno. (2009). Perencanaan Strategi Bank. Jakarta : Dhasa Warma.
- Sulistiyowati, E. (2013). Motivasi Dan Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Industri Kerajinan Kulit Di Yogyakarta. *MAKSIPRENEUR, Vol. II*.
- Suryana. (2006). Kewirausahaan Pedoman Praktis . Jakarta : Selemba Empat.
- Suryana, Y. (2010). Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Suryanto, M. (2007). Marketing Strategy Top Brand Indonesia. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Edisi 4, CV. ANDI OFFSET.

JURNAL

- Afif Nur Rahmadi, Budi Heryanto, *Jurnal Ekonomi*, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri, Vol. 1, No. 2, (September, 2016), h. 155
- Alfianto, A. N., & Nugroho, A. P. (2020, October). The Impact of Islamic Finance Knowledge and Religiosity on Gold Investment Behavior: An Extended of The Theory of Planned Behavior. In *ICBAE 2020: Proceedings of the 2nd International Conference of Business, Accounting and Economics, ICBAE 2020, 5-6 August 2020, Purwokerto, Indonesia* (p. 64). European Alliance for Innovation.
- Elsasari, FB, & Sukardi, B. (2022). Analisis Determinan Ibu Rumah Tangga Terhadap Perilaku Menabung Emas Pada Pegadaian Syariah Indonesia. *Perbankan Syariah: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah* , 8 (1), 1-36.
- Hasibuan, AN, Efendi, S., & Windari, W. (2022). ANALISIS PERLAKUAN AKUNTANSI PINJAMAN GAGAL EMAS PADA BANK SYARIAH DI PADANGSIDIMPUAN. *Jurnal Internasional Ekonomi, Bisnis, Akuntansi, Manajemen Pertanian dan Administrasi Syariah (IJEBAS)* , 2 (5), 657-668.
- Hijrah, L., & Rahmayani, E. F. (2021). Implementation Of Precious Metal Investment (Mulia Financing) Marketing Strategies In PT. Pegadaian Syariah Indonesia. *Jurnal MD*, 7(1), 109-137.
- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 57-78.
- Manik, N. N. A., Fadillah, P. I., & Jannah, N. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Berinvestasi Tabung Emas Pada Pegadaian Digital Syariah. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(4), 637-646.

- Muang, MSK, Jabani, M., & Masati, RF (2022). Pengaruh Cloud Dan Inbound Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Untuk Tabungan Emas. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* , 11 (1), 17-31.
- Purnamasari, P., Kurniaty, K., & Rozak, P. (2022). Operasional Produk Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 16(2), 542-554.
- Rosiyani, N., & Hasyim, F. (2021). Analisis Pengaruh Minat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah. *JEKSYAH (Jurnal Ekonomi Islam)* , 1 (02), 65-79.
- Salsabilah, N., & Rahma, TIF (2022). Analisis Peran Kualitas Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian (PERSERO) Unit Layanan Syariah Madina. *Ulasan Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* , 2 (1), 177-186.
- Sari, AA, & Suryaningsih, SA (2020). Pengaruh promosi islami dan kualitas pelayanan islami terhadap keputusan nasabah memilih tabungan emas studi pada Pegadaian Syariah Kabupaten Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* , 3 (2), 187-199.
- Sugesti, N. L., Kusniawati, A., & Prabowo, F. H. E. (2019). Pengaruh omni-channel marketing terhadap minat beli konsumen (Studi kasus pada produk tabungan emas PT. Pegadaian Syariah cabang Padayungan). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(4), 92-101.
- University, P. C. (2017). Modul Pelatihan 01. Literasi Pegadaian dan Code Of Conduct.
- Warta. (2017). Pegadaian 15th Meningkatkan Bemandirian Bangsa. Jakarta : Pegadaian.