

DAFTAR PUSTAKA

- Alawiyah, A. N. (n.d.). Strategi Bauran Promosi (*Promotional Mix*) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat.
- Haerisma, A., Ahdi, M., & Adha, L. (2021). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Produk Cicil Emas Pada Pegadaian Syariah Pasar Baru Indramayu. *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 1(2), 79-94..
- Amananti, W. (2024). Analisis struktur kovariansi indikator terkait kesehatan pada lansia yang tinggal di rumah, dengan fokus pada kesehatan subjektif. 4(02), 7823–7830.
- Andina, M., Anggriani, I., & Indriasari, N. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Smartphone Pada Toko Sentral Cell Lubuk Linggau. 4(3), 1055–1062.
- Setyowati, A., & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh literasi halal dan religiusitas terhadap minat konsumsi produk halal masyarakat kabupaten Madiun. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 16(1), 108-124.
- Anisa, H., & Supriyaningsih, O. (2024). *Effectiveness of Using Pegadaian Syariah Digital Application Services (PSD) At PT . Pegadaian Syariah Branch Raden Intan Lampung*. 5(1), 42–62.
- Arafah, H. H. H. M. (n.d.). Pengaruh Fluktuasi Harga terhadap Daya Beli Pedagang Sembako Muslim di Pasar Palakka Kabupaten Bone. 25–40.
- Crow, L. D., & Crow, A. (1958). *Educational Psychology*. American Book Company.
- Dary Fawwaz Fakhrudina, M. N. R., & Amalia, R. (2022). Strategi Bauran Promosi Produk Emas Mulia (Studi pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Landungsari). 27–37.
- Damaiyanti, R. (2025). The influence of ar rahn contract and marketing strategy on customer satisfaction at PT. Sharia Pawnshop Margonda Branch, Depok. *International Journal of Business, Law, and Education*, 6(1), 477–486. <https://ijble.com/index.php/journal/article/view/>
- Dewanti, I. A. (2021). Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Madiun S Parman.

- Feby Febrian, S. E., & Granit Agustina, S. T. (2025). Strategi Pemasaran, Inovasi, dan Digitalisasi Umkm Batik: *Teori, Riset, dan Praktik Lapangan*.
- Feniks Muda Sejahtera.Fahira, A., Rahma, T. I. F., & Syahriza, R. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Nasabah Bank Sumut Syariah. *Dinamika Ekonomi - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 247–264. <https://doi.org/10.53651/jdeb.v15i1.358>
- Hanifah, H., Salsabillah, L., Fitri, A. T., & Febriani, R. M. (2025). *Landasan Teori , Penelitian Relevan , Kerangka Berpikir Dan*. 3(April), 391–404.
- Irona, V. Della, & Triyani, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen : kualitas produk , harga dan promosi (*literature review smm*). 1(1), 174–185.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Kurniawan, E. D. I., & Alwie, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik (*E-Servqual*) Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Masyarakat Pada Media Informasi Publik (*E-PPID*) Badan Pemeriksa Keuangan Perwakilan Riau.
- Kiareni, C. L., Sorisa, C., & Parhusip, J. (2024). Analisis penerapan distribusi sampling terhadap kualitas informasi dan kepuasan pengguna media sosial. *Journal Sains Student Research*, 2(6), 560-564.
- Madjid, N., Fielnanda, R., & Sesarwati, B. (2023). Jurnal Publikasi Manajemen Informatika. *Jupumi*, 2(1), 55–64.
- Sangen, M., Dalimunthe, F. R., & Claudia, M. (2021). Pengaruh Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kuliner “Gerobak Elba” Banjarmasin. *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 9(3), 188-201.
- Martio, N. A. (2024). Promotion mix analysis of customer interest in gold savings products (Study at PT. Pegadaian Syariah Landungsari Branch). *International Journal of Management and Business*, 1(1). <https://irdhjournals.com/ijmb>
- Muhaimin, F. A. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Tabungan Haji Bsi Melalui Bsi Mobile Dengan Persepsi Risiko Sebagai Variabel Moderasi. *Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.

- Naibaho, U. A. (2023). Determinasi kepuasan pelanggan: Analisis kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk (literature review strategic marketing management). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*.
- Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). Peran sosial media atas perilaku konsumtif belanja bagi ibu rumah tangga di Desa Lebaksari Kec. Parakansalak. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 682-686.
- Hatja Nurhayati, F., Komala Dewi, R., & Arli Silvia, S. (2023). Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Cabang Curup (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup).
- Neti Amelia, Nurida Isnaeni, R. (2025). Analisis Pengaruh Faktor Promosi, Pengetahuan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Pt Pegadaian Syariah (Persero) Terhadap Minat Untuk Menggunakan Tabungan Emas Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Jambi). 7(1), 256–284
- Nurliyanti, N., Susanti, A. A., & Hadibrata, B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemen). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224-232.
- Nurpadilah, S., Kostini, N., & Barkah, C. S. A. (2024). Pengaruh Utilitarian Value, Hedonic Value, Dan Symbolic Value Terhadap Minat Beli (Studi Pada Live Streaming Shopee@ Mayoutfitofficialshop). *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1208-1219.
- Riadi, D., Sunarto, A., & Alfiah, E. (2025). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Strategi Promosi Terhadap Minat Nasabah Cicil Emas di Pegadaian Syariah cps Bengkulu. *JSE: Jurnal Sharia Economica*, 4(4), 79-98.
- Rian Ardian, T. S. (2021). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Minat Beli Kembali Cat Dulux di Depo Keramik Katapang Bandung. 8(3), 704–714.
- Risiko Aprida, D. W. I., Hasibuan, S., Ma, N., Nasution, A., & Addary, A. (2022). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sipirok (*Universitas islam negeri syekh ali hasan ahmad addary*). 1–13.

- Sari, D. P., & Budiman, S. A. (2023). *Pengaruh Tingkat Inflasi , Fluktuasi Harga Emas , Dan Jumlah Nasabah Terhadap Penyaluran Pembiayaan Rahn Pada PT . Pegadaian (persero) Periode 2012-2021*. 08(02), 213–220.
- Schoonenboom, J. (2023). *The Fundamental Difference Between Qualitative and Quantitative Data in Mixed Methods Research*. 24(1).
- Siti Sopuroh, H. T. (2023). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Dalam Perspektif Islam Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*. 5(2), 730–744. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1304>
- Santoso, H., Akbar, Z., & Helmina, H. (2022). Analisis sistem informasi keberhasilan website siap PPDB online Dinas Pendidikan Provinsi Jambi dengan metode Delone and McLean. *Jurnal Informatika, Sistem Informasi Dan Kehutanan (FORSINTA)*, 1(2), 70-82.
- SKomharudin, Firman, A., & Nurapipah, D. (2021). *Analisis Kualitas Pelayanan Melalui Metode E-Servqual Untuk Mengetahui Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Pada Masyarakat Kota Sukabumi*. 4(2), 464–474.
- Sinaga, S. A. (2024). Fluktuasi Harga Emas dan Pengaruhnya terhadap Minat Investasi Masyarakat. *Proximal: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 3(1), 133–144. <https://tafsirweb.com/37728-surat-al-isra-ayat-26-27.html>
- Suherman, G. (2024). *Tinjauan Pengaruh Strategi Penetapan Harga pada Pembelian Barang Melalui Bisnis Digital*. 4(1), 350–358.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). *Memahami Sumber Data: Primer, Sekunder dan Tersier*. 5(September), 110–116.
- Suntoro, & Nurhayati. (2024). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian tabungan emas di PT Pegadaian cabang Rengasdengklok. *Eleste: Journal of Economic and Social Development*, 6(1), 46–58. <https://doi.org/10.56127/eleste.v6i1.212>
- Suwardi, D., Cita, F. P., & Oktapiani, S. (2024). *Dampak Literasi Keuangan , Literasi Ekonomi , dan Pendapatan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UTS)*. 10(2022), 874–884.

- Widyasari, R. (2022). Pengaruh Promosi Dan Perubahan Harga Emas Terhadap Keputusan Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Luwu. *Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Intitut Agama Islam Negeri Palopo*, h.1.
- Wulan, A. H., Asnawi, A., & Prasetyo, A. (2024). Pengaruh promosi, literasi keuangan dan persepsi risiko terhadap minat menabung emas Bank Syariah ABC melalui kesadaran merek. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 645–658.
- Yuliana, H. M., & Rahayu, S. (2024). *Pengaruh Dimensi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Di Batik EnzaSurakarta*. 11(2), 199–213.

