

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, r. (2021). Pengantar metodologi penelitian. In *suka-press uin sunan kalijaga* (cetakan pe). Suka-press uin sunan kalijaga.
- Agung, a. A. P., & yuesti, a. (2017). *Metodologin penelitian kuantitatif dan kualitatif*.
- Agung a, y. A. (2017). Metodologi penenlitan kuantitatif dan kualitatif. In *nucl. Phys.* (vol. 13, issue 1).
- Ahyar, h., maret, u. S., andriani, h., sukmana, d. J., mada, u. G., hardani, s.pd., m. S., nur hikmatul auliya, g. C. B., helmina andriani, m. S., fardani, r. A., ustiawaty, j., utami, e. F., sukmana, d. J., & istiqomah, r. R. (2020). *Buku metode penelitian kualitatif & kuantitatif* (issue march).
- Al-qur'an, l. P. M. (2005). Departemen agama republik indonesia, al-qur'an dan terjemahannya, bandung: pt. In *syaamil cipta media*.
- Amruddin, priyanda, r., agustina, s., ariantini, n. S., rusmayani, n. G. A. L., aslindar, d. A., ningsih, k. P., wulandari, s., putranto, p., yuniati, i., untari, i., mujiani, s., & wicaksono, d. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif* (f. Sukmawati (ed.); pertama). Penerbit pradina pustaka.
- Arisandy, y. (2018). Promosi dalam meningkatkan volume penjualan tinjauan manajemen syariah. *Al-intaj : jurnal ekonomi dan perbankan syariah*, 4(1), 74–88. <https://doi.org/10.29300/aij.v4i1.1202>
- Aswad, a., & patimbangi, a. (2022). Pengaruh pengetahuan, produk dan promosi terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. *Jurnal akuntansi dan keuangan syariah (jurnal akunsyah)*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.30863/akunsyah.v1i1.2987>
- Beekun, r. I. (2019). Islamic business ethics. *Islamic business ethics*, 20170(703), 1–80. <https://doi.org/10.2307/j.ctvk8w1zv.4>
- Chandra, t. (2020). *Service quality, consumer satisfaction, dan consumer loyalty: tinjauan teoritis*.
- Damiati, masdarini, l., suriani, m., adnyawati, n. D. M. S., marsiti, c. I. R., Widiartini, k., & angendari, m. D. (2021). Perilaku konsumen. In *widina* (vol. 5).

- Darwin, m., sylvia, m. R. M. S. A. S. Y. N. H. T. D., & gebang, i. M. D. M. A. B. P. P. V. A. A. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif* (issue august).
- Dhika amalia kurniawan muhammad zaenal abidin. (2018). Bu dhika_ buku fiks unida press (2). In *pengantar pemasaran islam konsep, etika, strategi dan implementasi*.
- Fandy, t. (2019). Strategi pemasaran prinsip dan penerapan. In *strategi pemasaran prinsip dan penerapan*.
- Fauzia, a. H. (2023). *Pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap minat berinvestasi emas di pegadaian syariah pada generasi milenial kabupaten sukoharjo*. https://eprints.iain-surakarta.ac.id/7637/1/full_teks_skripsi_anita_hani_fauzia_195231017.pdf
- Fawzi, m. G. H., iskandar, a. S., erlangga, h., nurjaya, & sunarsi, d. (2022). Strategi pemasaran konsep, teori dan implementasi. In *pascal books*. [Http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973](http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973)
- Firmansyah, a. (2019). Pemasaran (dasar dan konsep). In qiara media (ed.), *cv. Penerbit qiara media*.
- Fitriana, o., & utami, n. (2017). Buku ajar strategi promosi penjualan. In *book*. <https://b-ok.asia/book/5686392/1c6357>
- Guspia ningsih, g. N., dayyan, m., & nurjanah, n. (2019). Pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan terhadap minat masyarakat berinvestasi logam mulia di pegadaian syariah langsa barat. *Ihtiyath : jurnal manajemen keuangan syariah*, 3(1), 87–110. <https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v3i1.1297>
- Hamida, k. V., septiandani, d., & astanti, d. I. (2022). Tabungan emas pegadaian syariah dalam perspektif hukum islam dan hukum positif indonesia: studi kasus pt. Pegadaian (persero) syariah unit ngaliyan square. *Semarang law review (slr)*, 3(1), 130. <https://doi.org/10.26623/slr.v3i1.5051>
- Hamzah, g. (2021). *Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat investasi tabungan emas pegadaian syariah unit pasar sentral pinrang*. Fakultas ekonomi dan bisnis islam institut agama islam negeri parepare.
- Hanifah, r. F., & albari. (2023). Pengaruh religiusitas, pengetahuan produk, dan kesadaran halal terhadap minat pembelian produk kosmetik halal wardah.

Dynamic management journal, 7(4), 542–556.

Harahap, a. P. (2014). Bank dan lembaga keuangan lainnya. In *edisi revisi: vol. 43 no.1* (issue february). <https://rajagrafindo.co.id/produk/bank-dan-lembaga-keuangan-lainnya/%0ahttp://www.rajagrafindo.co.id/produk/bank-dan-lembaga-keuangan-lainnya/>

Hardani, auliyah, n. H., andriani, h., fardani, r. A., ustiawaty, j., utami, e. F., sukmana, d. J., & istiqomah, r. R. (2020). Buku metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. In *repository.uinsu.ac.id* (issue april).

Hariss, a. (2020). Penyelesaian wanprestasi dalam perjanjian gadai emas antara nasabah dengan perseroan terbatas pegadaian cabang jambi. *Legalitas: jurnal hukum*, 12(1), 94. <https://doi.org/10.33087/legalitas.v12i1.196>

Herispon. (2020). Modul statistical package for the social sciences (spss) panduan pengolahan data penelitian menggunakan spss 23 bagi mahasiswa. In *researchgate* (issue july).

https://www.researchgate.net/publication/342623438_modul_olah_data_dengan_spss_23

Hidayat, w. W. (2019). *Konsep dasar investasi dan pasar modal*.

Ibrahim, a., alang, a. H., madi, baharuddin, ahmad, m. A., & darmawati. (2018). *Metodologi penelitian* (i. Ismai (ed.)). Gunadarma ilmu.

Ibrahim, m., & lidona aprilani, t. (2022). Faktor yang mempengaruhi minat nasabah gadai syariah dengan gadai konvensional pada pt. Pegadaian tbk. Kota mataram. *Manajemen dan akuntansi*, 8(2), 94–118.

Indah apriani, nazori majid, & rohana rohana. (2023). Pengaruh pendapatan, pengetahuan dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung emas di unit pegadaian syariah uin sts jambi. *Transformasi: journal of economics and business management*, 2(1), 227–243.

<https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i1.523>

Indrasari, m. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan. In *unitomo press*. <https://doi.org/10.35914/jemma.v2i2.250>

Jodi, i. W. G. A. S., & adhika, n. R. (2019). Pengaruh promosi dengan celebrity endorse

- terhadap brand trust dan minat beli konsumen pada bidang usaha online shop pakaian perempuan di Denpasar (study pada dinda fashion bali). *Jmm unram - master of management journal*, 8(1), 25–34.
<https://doi.org/10.29303/jmm.v8i1.358>
- Karim, a. A. (2022). *Ekonomi islam dan prinsip- prinsip pemasaran*.
- Khaerul aqbar, aswar, a., & muh. Sepriadi. (2020). Tabungan emas dalam tinjauan hukum islam (studi kasus di pegadaian syariah cabang pinrang). *Bustanul fuqaha: jurnal bidang hukum islam*, 1(4), 673–691.
<https://doi.org/10.36701/bustanul.v1i4.281>
- Kholishudin, k. (2020). Pengambilan keputusan investasi generasi y terhadap produk tabungan emas di pegadaian syariah cabang babakan, kota surabaya. *Al iqtishod: jurnal pemikiran dan penelitian ekonomi islam*, 8(2), 91–105.
<https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v8i2.156>
- Killis, j. (1988). *Hubungan minat kerja, motivasi ekstrinsik dan bimbingan dalam pelajaran dengan kecakapan kerja teknik listrik lulusan stm pada industri-industri diy*. Fakultas pasca sarsana ikip jakarta.
- Kotler, p., & amstrong, g. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran, jilid 1. In *manajemen pemasaran* (vol. 7).
- Kotler, p., & amstrong, g. (2012). Manajemen pemasaran (prinsip-prinsip manajemen pemasaran). In *edisi millenium, jilid 1* (vol. 1, issue 2).
- Lestari, y. J., & hanifuddin, i. (2021). Jurnal hukum ekonomi islam (jhei) dasar hukum pegadaian syariah dalam fatwa dsn-mui. *Jurnal hukum ekonomi islam (jhei)*, 5(2), 159.
- Lukmana, s., faisal, & rahman, a. (2022). Tanggung jawab perum pegadaian syariah dalam pelelangan barang jaminan gadai (studi penelitian di perum pegadaian syariah kota subulussalam). *Reusam: jurnal ilmu hukum*, 10(1), 1.
<https://doi.org/10.29103/reusam.v3i1.1947>
- M. Anang, f. (2019). Buku pemasaran produk dan merek. In *buku pemasaran produk dan merek* (issue august).
- Maharani, n. S. (2020). Pengaruh promosi dan fluktuasi harga emas terhadap minat

- nasabah pada produk tabungan emas. *Muhasabatuna : jurnal akuntansi syariah*, 2(1), 57. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.702>
- Majhaf, s. A. (2020). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat kelurahan siranindi di bank muamalat indonesia palu sulawesi tengah. *Al-kharaj: journal of islamic economic and business*, 2(1), 16–33. <https://doi.org/10.24256/kharaj.v2i1.1192>
- Mansyur, i. (2020). Nalisis minat masyarakat dalam berinvestasi modal pada pt asuransi jiwa bumiputera 1912 kabupaten dompu. *File:///c:/users/vera/downloads/askep_agregat_anak_and_remaja_print.docx*, 4(1), 143–160.
- Maulana, f. R., hasnita, n., & evriyenni, e. (2020). Pengaruh pengetahuan produk dan word of mouth terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. *Jihbiz :global journal of islamic banking and finance.*, 2(2), 124. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8644>
- Meilina, h. N. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan promosi terhadap minat nasabah menabung pada bank syariah indonesia di banjarnegara skripsi*. Sekolah tinggi ilmu ekonomi yayasan keluarga pahlawan negara yogyakarta.
- Mujib, a. (2018). *Manajemen pemasaran syariah*.
- Muljafar, m. A., fauzi, m. A., & sari, r. L. (2023). Pengaruh pengetahuan , promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah (studi kasus pada pegadaian syariah kabupaten kendal). *Jurnal rekognisi ekonomi islam*, 2, 28–36.
- Muljawan, d., & suseno, p. (2020). Ekonomi syari'ah. *Cipta pustaka media perintis, bandung*, 5(2).
- Nainggolan, n. P., & heryenzus. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli rumah di kota batam. *Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis*, 19(1), 41–54. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1772>
- Napitupulu, s., tapiomas, n., & tobink, r. (2021). *Manajemen pemasaran*.
- Nastiti, d. (2021). Buku ajar asesmen minat dan bakat teori dan aplikasinya. In *buku*

- ajar asesmen minat dan bakat teori dan aplikasinya.*
<https://doi.org/10.21070/2020/978-623-6833-74-2>
- Nihayah, a. Z. (2019). Pengolahan data penelitian menggunakan software spss 23.0. *Uin walisongo semarang*, 1–37. <https://ebooks.com>
- Novian, h., anwar, m. W., fauzi, f., & irviani, r. (2023). Pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menabung di bank syariah indonesia (bsi). *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(3), 4082. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11358>
- Nurhikmah, n., & ismaulina, i. (2020). Tabungan emas pegadaian syariah dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah (studi nasabah pegadaian syariah takengon). *At-tijarah: jurnal penelitian keuangan dan perbankan syariah*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v2i1.855>
- Pegadaian. (2018). Cara cerdas investasi emas. In *pegadaian*.
- Pegadaian. (2022). *Perluasan ekosistem yang inklusif dan empowering*.
- Perdana, e. (2016). Olah data skripsi dengan spss 22. In *lab kom manajemen fe ubb*.
- Peter, p. J., & olson, j. C. (2014). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. In *salemba empat*.
- Priadana, s., & sunarsi, d. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal books.
- Priyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif* (t. Chandra (ed.)). Zifatama publishing.
- Purnamasari, s. (2018). Strategi pemasaran pegadaian syariah dalam meningkatkan penjualan jasa produk (studi kasus pada pegadaian unit layanan syariah sultan adam banjarmasin). *At-taradhi: jurnal studi ekonomi*, 9(1), 25. <https://doi.org/10.18592/at-taradhi.v9i1.2085>
- Purnamasari, s., kurniaty, & 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. <https://doi.org/10.35931/aq.v16i2.913>
- Putra, m. D., ningsih, g. R., & amelia, f. (2021). Analisis minat masyarakat menabung emas pada unit pegadaian syariah selayo solok. *Al-bank: journal of islamic banking and finance*, 1(1), 41. <https://doi.org/10.31958/ab.v1i1.2709>
- Putri, m. A. N. (2018). Analisis kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen yang

- dimediasi kepuasan konsumen (studi kasus pada ud platinum blitar). *Jurnal penelitian manajemen terapan (penataran)*, 3(2), 170–182.
[Http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/431](http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/431)
- Rahmawati, n. (2015). *Managemen investasi syariah* (m. Yusup (ed.)).
[Http://www.iainmataram.ac.id/](http://www.iainmataram.ac.id/)
- Razak, m. (2016). *Perilaku konsumen*.
- Riyadi, d. K. (2022). Konsep tafsir ayat gadai/rahn dalam al-qur'an dengan pendekatan tafsir buya hamka. *Mubeza*, 11(2), 35–43. <https://doi.org/10.54604/mbz.v11i2.64>
- Riyadi, y. A. (2020). *Pengaruh promosi, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat kelurahan siranindi di bank muamalat indonesia cabang palu*. Fakultas ekonomi dan bisnis islam institut agama islam negeri (iain) palu.
- Ruslim, t. S. ., & mukti, r. (2016). *Identifikasi kepuasan konsumen di tinjau dari segi harga dan kualitas pada restoran abuba steak di greenville jurnal ilmiah manajemen dan bisnis volume 2, nomor 1, maret 2016*. 2, 51–65.
[Http://id.wikipedia.org/wiki/harga](http://id.wikipedia.org/wiki/harga),
- Rustandi, n., & marlina, h. (2022). Pengetahuan produk dan religiusitas terhadap keputusan pembelian makanan berlabel halal pada mahasiswa universitas suryakencana cianjur. *Ar-rihlah : jurnal keuangan dan perbankan syariah*, 2(2), 149. <https://doi.org/10.35194/arps.v2i2.2630>
- Rustina, n. (2019). *Hadis kewajiban menuntut ilmu dan menyampaikannya dalam buku siswa al-qur'an hadis madrasah aliyah di kota ambon* (h. Rajab (ed.)). Lp2m iain ambon.
- Sahir, s. H. (2021). *Metodologi penelitian*.
- Sanita, s., kusniawati, a., lestari, m. N., ekonomi, f., & galuh, u. (2019). Pengaruh product knowledge dan brand image terhadap purchase intention (penelitian pada pt. Bahana cahaya sejati ciamis). *Business management and entrepreneurship journal*, 1(3), 169–184.
<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/article/view/2328>
- Santoso, a. D. Dan d. S. R. (2022). *Aplikasi jasp dan spss dalam penelitian kuantitatif*.

Penerbit kepel press : yogyakarta.

- Sari, w., miftah, a., & syahrizal, a. (2022). Penerapan akuntansi gadai syariah (rahn) pada pegadaian syariah cabang jelutung kota jambi. *Journal of islamic accounting competency*, 2(2). <https://doi.org/10.30631/jisacc.v2i2.1234>
- Sinaga, a. F., lubis, a. A., sinaga, d. L., tinambunan, f. U., amelia, r., saragi, s. L., & sitio, v. (2024). As-syirkah: islamic economics & finacial journal analisis minat masyarakat dan pendapatan masyarakat terhadap pegadaian syariah. *As-syirkah : islamic economics & financial journal* , 3, 1–16.
<https://doi.org/10.56672/assyirkah.v3i2.145>
- Sinaga, w. A. L., sumarno, s., & sari, i. P. (2022). The application of multiple linear regression method for population estimation gunung malela district. *Jomlai: journal of machine learning and artificial intelligence*, 1(1), 55–64.
<https://doi.org/10.55123/jomlai.v1i1.143>
- Sjahrudin, h., ardiansyah, r., themba, o. S., & tenriola, a. (2021). Kontribusi tingkat religiusitas dan promosi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah. *Niagawan*, 10(1), 21. <https://doi.org/10.24114/niaga.v10i1.21115>
- Soelaiman, d. A. (2019). *Filsafat ilmu pengetahuan pespektif barat dan islam*.
- Sugiono. (2012). Memahami penelitian kualitatif. *Bandung: alfabeta*, 10(1), 307–308.
- Sugiyono. (2012). Metode penelitian bisnis (pendekatan kuantitatif, kuailitatif dan r&d). In *alfabeta, bandung*.
- Suharto, b. (2019). Manajemen pemasaran syariah. In a. Royani (ed.), *bildung (ruhtata*, vol. 2, issue 2). <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8647>
- Sulistiyowati, w. (2018). *Buku ajar kualitas layanan: teori dan aplikasinya disusun* (s. B. S. Sartika & t. Multazam (eds.)).
- Sunardi, d., & handayani, s. (2014). Kualitas pelayanan dalam islam dan kepercayaan terhadap lembaga amil zakat infaq sedekah rumah yatim arrohman indonesia dr. *Procedia manufacturing*, 1(22 jan), 1–17.
- Syah, a. (2021). *Manajemen pemasaran kepuasan pelanggan* (a. T. Putranto (ed.); n. Rismawa, vol. 1, issue 1). Widina bhakti persada bandung (grup cv. Widina media utama). <http://journal.um->

Surabaya.ac.id/index.php/jkm/article/view/2203

Tarantang, j., astuti, m., awwaliyah, a., munawaroh, m., kurniawan, r., & sy, s. E. (2019). *Pegadaian syariah di indonesia* (r. Kurniawan (ed.)).

Wahyoedi, s. (2019). *Loyalitas nasabah bank syariah:: studi atas religitas, kualitas layanan, trust dan loyalitas*.

[https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=w5uidwaaqbaj&oi=fnd&pg=pr5&dq=problematika+dan+produk+development+bank&ots=iau_1iz41a&sig=oodainhmsib4w9mgmxeksc-fhcm%0ahttp://103.78.24.51/bitstream/123456789/611/1/buku loyalitas nasabah bank syariah.pdf](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=w5uidwaaqbaj&oi=fnd&pg=pr5&dq=problematika+dan+produk+development+bank&ots=iau_1iz41a&sig=oodainhmsib4w9mgmxeksc-fhcm%0ahttp://103.78.24.51/bitstream/123456789/611/1/buku%20loyalitas%20nasabah%20bank%20syariah.pdf)

Wijayanti, a. (2016). *E-book teknik dasar pengolahan data kuantitatif*. <https://aniwijay.blogspot.com/2016/06/buku-pengolahan-data-menggunakan-spss.html>

Witjaksono, b., gunawan, i., damayanti, m. M., harto, p. P., wibowo, h., suprpto, e., maknun, n. A. H., & sutrisno, j. (2022). Investasi emas bpkh. In *badan pengelola keuangan haji*.

Yuniwati, n., lestari, e. D., & alfiqoh, a. (2021). Pegadaian syariah : penerapan akad rahn pada pegadaian syariah. *An-nisbah: jurnal perbankan syariah*, 2(2), 189–199.

<https://doi.org/10.51339/nisbah.v2i2.253>

Yusuf, m., & said, m. (2019). Konsep dan strategi pemasaran. In *analisis standar pelayanan minimal pada instalasi rawat jalan di rsud kota semarang* (vol. 3).

Zeithaml, v. A., berry, l. L., & parasuraman, a. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the academy of marketing science*, 21(1). <https://doi.org/10.1177/0092070393211001>

Zusrony, e. (2018). Perilaku konsumen di era modern. In r. A. Kusumajaya (ed.), *edisi ke 5. Jilid 2. Jakarta: airlangga* (robby andi). Yayasan prima agus teknik redaksi: