

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Sopian, M. (2022). Digital marketing strategy for Islamic gold investment in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(4), 1201–1217.
- Achmad, Y. (2015). *Gadai Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Aziz, A., & Gunawan, Y. (2021). *Marketing Syariah: Konsep dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Budiawan, A. (2013b). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyerapan Tenaga Kerja Terhadap Industri Kecil Pengolahan Ikan Di Kabupaten Demak. *Economics Development Analysis Journal*, 2(1), 1–8.
- Budiawan. (2013a). *Uji Hipotesis dalam Penelitian*. Panduan Praktis. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Fadilah, A., & Fazizah, R. (2023). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Investasi Syariah di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 15(2), 112–125.
- Fadilah, K., & Fazizah, A. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi, Dan Resiko Investasi Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(3), 164–175. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1275>
- Faisal, M., Ahmad, N., & Nurdin, S. (2023). Preferensi masyarakat Aceh terhadap produk keuangan syariah: Studi kasus Pegadaian Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Keuangan Islam*, 7(1), 33–47.
- Faisal, M., Azmi, R., & Hasanah, U. (2023). *Maqashid Syariah dan Investasi Halal di Kalangan Milenial Muslim*. *Jurnal Ekonomi Islam Terapan*, 8(2), 134–142.
- Febrina, Mandey, S. L., & Tawas, H. N. (2023). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Kasus di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Istiqlal Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(02), 227–239. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.47866>
- Fitriasuri, F., & Simanjuntak, R. M. A. (2022). Pengaruh pengetahuan investasi, manfaat motivasi, dan modal minimal investasi terhadap keputusan investasi di Pasar Modal. *Jurnal Akutansi*, 6(4), 3333–3343. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1186>
- Fitriyah, L., & Mawaddah, N. (2024). *Pengaruh Akad Syariah terhadap Minat Nasabah Tabungan Emas*. *Jurnal Ekonomi Syariah Terapan*, 8(1), 33–41.
- Fitriyah, L., Canggih, C., & Rahma, I. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Permintaan Investasi Tabungan Emas*. *Jurnal Ekonomi Islam Nusantara*, 6(1), 55–67.

- Fitriyah, L., Canggih, C., & Rahma, I. (2024). *Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Minat Investasi Tabungan Emas*. Jurnal Ekonomi Islam Nusantara, 6(1), 55–67.
- Fitriyah, S. F., Astuti, R. P., Iftiyara, Z., & Agustin, D. E. (2024). Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Strategi Layanan Digital Meningkatkan Minat Investasi Tabungan. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(12), 450–454.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husni, A., & Saputra, R. (2022). Integrasi maqashid syariah dalam strategi pemasaran produk keuangan syariah. *Jurnal Manajemen Syariah*, 6(1), 65–79.
- Husni, M., & Saputra, R. (2022). *Penerapan Maqashid Syariah dalam Strategi Pemasaran Lembaga Keuangan Islam*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, 10(2), 134–148.
- Islami, N., Farida, U., & Sari, D. (2021). *Marketing mix* dalam perspektif syariah. *Jurnal Pemasaran Syariah*, 4(2), 77–89.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kristanti, D., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja Karyawan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi (Studi di UD. Pratama Karya Kota Kediri). *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 4(2), 107–116. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v4i2.13808>
- Lestari, I., & Panjaitan, P. D. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tabungan Emas Di Pt. Pegadaian (Persero) Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 17–25. <https://doi.org/10.36985/ekuilnominasi.v1i1.255>
- Maghdalena, L. (2023). Pengaruh Harga Emas Dan *Marketing mix* Terhadap Tingkat Permintaan Investasi Produk Tabungan Emas Di Pt. Pegadaian Syariah. In *Jurnal Ekonomi Islam: Vol. Viii* (Nomor I). Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh Promosi Dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Nine Septa Maharani. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 1(2), 80–96.
- Mardani. (2012). *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Masari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa Strategi *Marketing mix* Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT.

- Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79. <https://doi.org/10.24014/jti.v5i2.8997>
- Mawaddah, N. (2021). *Minat Masyarakat terhadap Investasi Tabungan Emas Syariah di Era Digital*. *Jurnal Ekonomi Islam Modern*, 5(3), 78–85.
- Mawaddah. (2021). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Bitung*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Manado.
- Mulyawan, A., & Rofiq, A. (2023). *Manajemen Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Muthia, N., & Doni, A. H. (2024). Pengaruh Harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat pada Tabungan Emas Pegadaian (TEP) di Unit Pegadaian Syariah Manggis Kecamatan Mandiingin Koto Selayan Kota Bukittinggi Nurkhosyifa Muthia Amsah Hendri Doni Unit Pegadaian Syariah Manggis Bukittin. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 3(3).
- Nawawi, I. (2010). *Fiqh Muamalah Hukum Ekonomi, Bisnis dan Sosial*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Nugroho, R., & Azizah, A. (2023). “Analisis *Marketing mix* 7P pada Layanan Perbankan Digital.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 101–114.
- Nurarafah, & Subaidi, J. (2023). Tanggung Jawab Perdata Pt. Pegadaian Syariah Atas Kerusakan Dan Kehilangan Barang Gadaai. *Jurnal ilmiah mahasiswa JIM-FH*, 6(3), 49–60.
- Nurulhuda, E. S., & Kosasih. (2019). Pengaruh Inflasi, Kurs Dollar AS, dan Suku Bunga (BI), Terhadap Penentuan Harga Emas (Studi Empiris: PT ANTAM Tbk Tahun 2014-2018). *Jurnal Ekombis*, 2(1), 71–94.
- Observasi. (2024). *PT. Pegadaian CPS Lhokseumawe*.
- Pegadaian, P. (2024). *Harga Emas Pegadaian Tahun 2024*. www.pegadaian.co.id.
- PT Pegadaian. (2023). *Laporan Tahunan PT Pegadaian 2023*. Jakarta: PT Pegadaian (Persero)
- Putra, M. D., Ningsih, G. R., & Amelia, F. (2021). Analisis Minat Masyarakat Menabung Emas Pada Unit Pegadaian Syariah Selayo Solok. *Journal Islamic Banking and Finance*, 1(1), 41–48.
- Quthb, I. M. (2012). *Kebijakan Ekonomi Umar Bin Khattab*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Rahma, A. P., & Canggih, C. C. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(2), 98–108. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p98-108>

- Rahma, I., & Canggih, C. (2021). *Investasi dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Keuangan Syariah, 7(1), 45–53.
- Rahma, I., & Canggih, C. (2021). Strategi promosi dalam meningkatkan minat tabungan emas syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(1), 55–68.
- Rajiati. (2024). *Analisis Praktik Lembaga Pegadaian Syariah Pasca Qanun Lks Di Provinsi Aceh*. Skripsi. Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Banda Aceh.
- Rinaldi, M., Putra, A., & Sari, R. (2022). *Analisis Determinan Permintaan Investasi Syariah Berbasis Emas*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam, 4(2), 99–110.
- Rinaldi, Y., Samsir, & Widyatsari, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(1), 1–11.
- Rohmandani, S. B. (2024). *Implementasi Marketing mix Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kcp*. Skripsi. Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi DAN BISNIS ISLAM. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO.
- Sari, R. H., Putra, A., & Fadillah, R. (2024). *Pengembangan Produk Tabungan Emas Syariah di Era Digital oleh PT. Pegadaian*. Jurnal Ekonomi Syariah dan Inovasi Keuangan, 5(1), 65–74.
- Sari, R., Putri, F., & Nugroho, A. (2024). Tabungan emas sebagai inovasi investasi syariah di era digital. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah*, 5(2), 77–92.
- Sari, U. P., Fasa, M. I., & Susanto, I. (2024). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas : Meningkatkan Minat Nasabah Di Pt . Pegadaian Meningkatkan Minat Nasabah Di Pt . Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Bandar Lampung. *Jurnal Media AkademiK (JMA)*, 2(11), 2–14.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sumarna, A., & Faqih, A. (2021). Harga dalam perspektif ekonomi Islam: Tinjauan syariah. *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia*, 5(3), 210–225.
- Sumarna, D. & Faqih, A. (2021). *Transaksi Emas dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. Jurnal Ekonomi Islam, 12(2), 101–114.
- Surahman, A., Rusnaeni, N., & Lubis, I. (2023). Pengaruh Dari Fluktuasi Harga Emas, Tingkat Pengangguran Dan Harga Minyak Bumi Terhadap Tingkat Inflasi Di Indonesia. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 10(1), 137. <https://doi.org/10.32493/skr.v10i1.28431>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2021). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.

- Wahyuni, N. (2023). *Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Tabungan Emas di Pegadaian Syariah*. *Jurnal Fikih dan Ekonomi Islam*, 8(1), 45–59.
- Wahyuni, S. (2023). Implementasi akad wadiah dan murabahah pada produk tabungan emas syariah. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 11(2), 188–200.
- Widarjono, A., Haryanto, T., & Arifin, Z. (2020). Volatilitas harga emas terhadap permintaan investasi emas syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(2), 145–160.