

## DAFTAR PUSTAKA

- Alvien Septian Haerismaa, Makmuri Ahdib, L. A. (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.
- Arifin, A. (2023). Fatwa DSN-MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah: Refleksi Kritis terhadap Implementasi BSI Dimensi Ekonomi Islam. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 1–11. <https://doi.org/10.35905/balanca.v6i1.5079>
- Hadi, R. (2023). *FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP MEULABOH NASIONAL*.
- Hernita, R. (2022). *Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia*. ii–84.
- Hidayana, M., & Indriani, E. (2023). Analisis Pengaruh Harga Emas dan Keuntungan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi pada Produk Emas. *UMMagelang Conference Series, 2005*, 142–152.
- Hidayaturrahmaniah, N. (2023). Analisis implementasi akad murabahah pada produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Selong Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. *MANAGEMENT JOURNAL AND ECONOMIC REVIEW*, 2(1), 1–7.
- Husna, M., Rangkuti, I., & Rahmat, D. H. (2022). Analisis Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Multiguna Hasanah Di Bank Syariah Indonesia KCP Binjai Sudirman. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(Imc), 1349–1358.
- Imam Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*.
- Kasmaniar, K., & Hanum, F. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Harga Emas terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas Pengadaian Syariah. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(5), 2228–2235.
- Kasus, S., Masbagik, D., Masbagik, K., & Lombok, K. (2022). *Strategi Penetapan Harga Emas Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*.
- Khasanah, U. (2022). *Strategi Peningkatan Pembiayaan Cicil Emas Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran pada Bank Syariah Indonesia*. 106.

- Khoiriyah, S., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh Metode Penaksiran Gadai Emas Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Surabaya Darmo. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 16(1), 45–59. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v16i1.45-59>
- Madjid, M. N., Fielnanda, R., & Sesarwati, B. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Jelutung. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 2(1), 1–10. <http://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php>
- 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>
- Maulana, R., Iskandar, I., & Mailany, M. (2019). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), 146. <https://doi.org/10.22373/cj.v2i2.4161>
- Mulyadi, D. (2020). PENGARUH FLUKTUASI HARGA EMAS, INFLASI, BI RATE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PEMBIAYAAN PRODUK GADAI EMAS BANK UMUM SYARIAH. *Jurnal Interprof*, 6(1), 26–40.
- Nasir, S. M., & Sululing, S. (2017). Penerapan Akuntansi Murabahah Terhadap Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Luwuk. *Jurnal Akuntansi*, 19(1), 109. <https://doi.org/10.24912/ja.v19i1.117>
- Ni'mah, K., Purnomo, J. H., & Hidayati, N. N. (2020). Pengaruh Marketing, Nilai Taksiran Dan Biaya Titip Pada Gadai Emas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Fasilitas Gadai Emas Di Pt. Bank Syariah Mandiri Kcp Tuban. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 14(1), 1–38. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v14i1.622>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia. *Ojk.Go.Id, July*, 1–23.
- Pinang, K. C. P. K. (2023). *1, 2, 3 I*. 2(9), 3449–3462.
- Prabela, C. V. E. (2016). *Pengaruh IMC dan Public Relation Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian. Imc*.
- Puri, E. T. P., & Lisiantara, G. A. (2023). PENGARUH FLUKTUASI HARGA EMAS DAN TINGKAT INFLASI TERHADAP PENYALURAN PEMBIAYAAN RAHN (STUDI PADA PRODUK MITRA EMAS IB MASLAHAH BJB SYARIAH PERIODE 2018-2022). *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 2(2), 91–107.

- Rahayu Ningsih, P., & Taufiqur, T. (2023). Analisis Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas Bsi Dalam Upaya Meningkatkan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kc Bojonegoro. *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 935–946. <https://doi.org/10.30651/justeko.v7i2.20651>
- Ratna Dwiati, A., & Belinda Ambarwati, Y. (2016). Pengaruh Harga Emas Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan Indonesia Dengan Nilai Kurs Sebagai Variabel Moderating. *National Conference*, 1–9.
- Rina Novianty Ariawaty dan Siti Noni Evita. (2018). *No Title*.
- Riyono. (2016). *Pengaruh Fluktuasi Harga emas dan Strategi Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Emas pada bank Syariah Mandiri Banda Aceh*. 23(3), 2019.
- Rosdiana, M. (2018). Pengaruh Integrated Marketing Communication (IMC) Terhadap Minat Nasabah (Studi Kasus Pada BPRS Harta Insan Karimah Ciledug). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Syariah Hidayatullah, Jakarta, Imc*, 1–90.
- Saputri, I. E. (2022). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Produk Gadai Emas pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 334–340. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1207>
- 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>
- Srisusilawati, P., Ibrahim, M. A., & Ganjar, R. (2019). Komunikasi Pemasaran Syariah Dalam Minat Beli Konsumen. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 9(1), 65. [https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9\(1\).65-71](https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9(1).65-71)
- Sudarmansyah, R. R. A. H. (2022). Analisis Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Indonesia Kcp Indrapura. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- sugiyono. (2001). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Syari Nurhayani, O., Lathief Ilhamy Nasution, M., Studi Perbankan Syariah, M., & Ekonomi dan Bisnis Islam, F. (2023). Analisis Penerapan Integrated Marketing Communication (Imc) Pada Produk Pembiayaan Bsi Cicil Emas (Studi Kasus Pt. Bank Syariah Indonesia Kcp Kota Pinang). *Cetak) Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(9), 2023.

- Syira, S. D., Fauzi, A., Woestho, C., Vilani, L., & ... (2023). Pemanfaatan Big Data dalam Peningkatan Efektivitas Strategi Komunikasi Marketing Terpadu pada Perusahaan E-Commerce. *Jurnal Ekonomi ...*, 4(5), 891–900. <https://www.dinastirev.org/JEMSI/article/view/1511%0Ahttps://www.dinastirev.org/JEMSI/article/download/1511/939>
- Yuniartika, M. D. (2022). Pengaruh Integrated Marketing Communication (IMC) Terhadap Minat Top Up Saldo Pengguna Ovo Di Mall Of Serang. *Jurnal Manajemen Perusahaan, Vol.1 No.1, 1(8.5.2017)*, 2003–2005.
- Zaelani, R. H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc. Rogojampi. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah, 1(1)*, 14–24.
- Zahrah, R., Fatah, & Abdul. (n.d.). *Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Pengetahuan Investasi Syariah terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas BSI. 3.*