

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Cahya, A., Putri, A., Oetarjo, M., Yani, M., Manajemen, P. S., & Sidoarjo, U. M. (2024). The Effectiveness Of Marketing Mix Strategies To Increase Sales Of Medical Devices Products At Cv Mulya Jaya Sidoarjo. *Costing: Journal Of Economic, Business And Accounting*, 7.
- Dewi, E. K., & Pardosi, S. S. (2022). Analisis Efektivitas Periklanan Melalui Brosur Pada Produk Tabungan Emas Di Pt Pegadaian Kcp Serbelawan Simalungun. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 63–77. <https://doi.org/10.38043/Jimb.V7i1.3541>
- Erfiana, D., & Sariyani, N. L. P. (2024). Efektivitas Pemasaran Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Minat Berinvestasi Nasabah Di Pegadaian Unit Pembantu Cabang Pemogan. *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 84. <https://doi.org/10.62411/Ja.V7i1.1671>
- Febriani, N. (2021). Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Celebrity Endorsement Di Instagram Terhadap Generasi Z. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 238. <https://doi.org/10.24198/Jmk.V5i2.27682>
- 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>
- Iffah, J. Z., Fibrianti, L., & Astuti, Y. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Emas Pada Pegadaian Syariah. *Wadiah : Jurnal Perbankan Syariah*, 7(2), 143–162. <https://doi.org/10.30762/Wadiah.V7i2.310>
- Iriani, R., & Suprayogi, N. (2022). Akuntansi Tabungan Emas Pegadaian Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 5, 844–855.
- Khairat, N., & Widaningsih, S. (2024). Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis Implementation Of The 4p Marketing Mix At Astiga Leather In 2024. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 142–151.
- Khairunnisa', T., & Bahrin Ni'am, Z. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Risiko, Promosi Terhadap Minat Berinvestasi Reksa Dana Bagi Generasi Z. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 8(1), 79–91. <https://doi.org/10.29407/Jae.V8i1.19626>
- Mauliza, A. Y. I., & Canggih, C. (2023). Minat Berinvestasi Pada Saham Syariah: Pengaruh Pengetahuan Investasi, Sistem Online Trading Syariah, Dan Motivasi. *Econbank: Journal Of Economics And Banking*, 5(1), 36–50. <https://doi.org/10.35829/Econbank.V5i1.284>
- Nuraini, M. R., & Manunggal, S. A. M. (2023). Efektivitas Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *Among Makarti*, 16(1), 78–93. <https://doi.org/10.52353/Ama.V16i1.448>
- Oktarina, R. (2022). Efektivitas Strategi Promosi Tabungan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Upc Sungai Jering. *Juhanperak*, 1255–1275.

- Oktavita, R., Suharyono, & Hidayat, K. (2012). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*. 1–4.
- Pai, F. S., 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>
- Pernanda Putri, Y., & Hikmah. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa Pada Pasar Modal Di Kota Batam. *Scientia Journal*, 1–11.
- Pokhrel, S. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Investasi Logam Mulia Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pt. Pegadaian (Persero). *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Prasta, G. Z. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai (Studi Pada Pt . Pegadaian Syariah Cabang Landungsari). *International Journal Of Islamic Economics Development And Innovation (Ijiedi)*, 1(2), 59–66.
- Putri, M. W., Ilhamsyah, I., & Mutiah, N. (2021). Pengukuran Efektivitas Dan Efisiensi Penerapan Open Data System Menggunakan Model Delone And Mclean (Studi Kasus : Open Data System Pemerintah Kota Pontianak). *Coding Jurnal Komputer Dan Aplikasi*, 9(01), 12. <https://doi.org/10.26418/Coding.V9i01.43852>
- Rahman, S. (2022). Pengaruh Tingkat Harga Dan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Terhadap Minat Bertransaksi Di Pegadaian Syariah Cabang Gorontalo. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 71–83. <https://doi.org/10.54045/Mutawazin.V2i1.118>
- Rika Widianita, D. (2023). Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dalam Menarik Minat Nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Daan Mogot. In *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam: Vol. Viii (Issue I)*.
- Safitri, E. (2024). Safitri, Marjan, Peningkatan Minat.... *Al Birru*, 3(1), 1–14.
- 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). <https://doi.org/10.62281>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran Yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/Mirai/Article/Download/4054/2644>
- Setya Budi, A. D. A., Septiana, L., & Panji Mahendra, B. E. (2024). Memahami Asumsi Klasik Dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam Tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, Dan Autokorelasi Dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(01), 01–11. <https://doi.org/10.58812/Jmws.V3i01.878>
- Sikumbang, A. S. (2021). Efektivitas Pemasaran Tabungan Emas Di Pt Pegadaian Syariah Cps Alaman Bolak Padangsidimpuan. *Skripsi*. <http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id/7478/>
- Suci, A. A. E., & Fahlevi Si, M. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Muda Terhadap Keputusan Berinvestasi Emas Pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal*

- Sains Riset*, 13(1), 103–112. <https://doi.org/10.47647/jsr.v13i1.939>
- Sudrartono, T. (2021). Efektivitas Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Daya Saing Produk Boneka. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 121–129.
- Vanni, K. M., & Nadan, V. S. (2023). Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Banking Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (Jimpa)*, 3(2), 237–248. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.197>
- Yugo Susanto, Sri Bangun Lestari, E. P. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Investasi Reksadana Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 1(2), 1–10.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Cahya, A., Putri, A., Oetarjo, M., Yani, M., Manajemen, P. S., & Sidoarjo, U. M. (2024). The Efectiviness Of Marketing Mix Strategies To Increase Sales Of Medical Devices Products At Cv Mulya Jaya Sidoarjo. *Costing:Journal Of Economic, Business And Accounting*, 7.
- Dewi, E. K., & Pardosi, S. S. (2022). Analisis Efektivitas Periklanan Melalui Brosur Pada Produk Tabungan Emas Di Pt Pegadaian Kcp Serbelawan Simalungun. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 63–77. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3541>
- Erfiana, D., & Sariani, N. L. P. (2024). Efektivitas Pemasaran Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Minat Berinvestasi Nasabah Di Pegadaian Unit Pembantu Cabang Pemogan. *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 84. <https://doi.org/10.62411/ja.v7i1.1671>
- Febriani, N. (2021). Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Celebrity Endorsement Di Instagram Terhadap Generasi Z. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 238. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.27682>
- 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>
- Iffah, J. Z., Fibrianti, L., & Astuti, Y. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Emas Pada Pegadaian Syariah. *Wadiah : Jurnal Perbankan Syariah*, 7(2), 143–162. <https://doi.org/10.30762/Wadiah.v7i2.310>
- Iriani, R., & Suprayogi, N. (2022). Akuntansi Tabungan Emas Pegadaian Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 5, 844–855.
- Khairat, N., & Widaningsih, S. (2024). Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis Implementation Of The 4p Marketing Mix At Astiga Leather In 2024. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 142–151.
- Khairunnisa', T., & Bahrn Ni'am, Z. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Risiko, Promosi Terhadap Minat Berinvestasi Reksa Dana Bagi Generasi Z. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 8(1), 79–91. <https://doi.org/10.29407/Jae.v8i1.19626>
- Mauliza, A. Y. I., & Canggih, C. (2023). Minat Berinvestasi Pada Saham Syariah: Pengaruh Pengetahuan Investasi, Sistem Online Trading Syariah, Dan Motivasi. *Econbank:*

- Journal Of Economics And Banking*, 5(1), 36–50.
<https://doi.org/10.35829/Econbank.V5i1.284>
- Nuraini, M. R., & Manunggal, S. A. M. (2023). Efektivitas Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *Among Makarti*, 16(1), 78–93.
<https://doi.org/10.52353/Ama.V16i1.448>
- Oktarina, R. (2022). Efektivitas Strategi Promosi Tabungan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Upc Sungai Jering. *Juhanperak*, 1255–1275.
- Oktavita, R., Suharyono, & Hidayat, K. (2012). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*. 1–4.
- Pai, F. S., 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>
- Pernanda Putri, Y., & Hikmah. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa Pada Pasar Modal Di Kota Batam. *Scientia Journal*, 1–11.
- Pokhrel, S. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Investasi Logam Mulia Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pt. Pegadaian (Persero). *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Prasta, G. Z. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai (Studi Pada Pt . Pegadaian Syariah Cabang Landungsari). *International Journal Of Islamic Economics Development And Innovation (Ijiedi)*, 1(2), 59–66.
- Putri, M. W., Ilhamsyah, I., & Mutiah, N. (2021). Pengukuran Efektivitas Dan Efisiensi Penerapan Open Data System Menggunakan Model Delone And Mclean (Studi Kasus : Open Data System Pemerintah Kota Pontianak). *Coding Jurnal Komputer Dan Aplikasi*, 9(01), 12. <https://doi.org/10.26418/Coding.V9i01.43852>
- Rahman, S. (2022). Pengaruh Tingkat Harga Dan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Terhadap Minat Bertransaksi Di Pegadaian Syariah Cabang Gorontalo. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 71–83.
<https://doi.org/10.54045/Mutawazin.V2i1.118>
- Rika Widianita, D. (2023). Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dalam Menarik Minat Nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Daan Mogot. In *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam: Vol. Viii (Issue I)*.
- Safitri, E. (2024). Safitri, Marjan, Peningkatan Minat.... *Al Birru*, 3(1), 1–14.
- 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). <https://doi.org/10.62281>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran Yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
<https://journal.steamkop.ac.id/index.php/Mirai/Article/Download/4054/2644>
- Setya Budi, A. D. A., Septiana, L., & Panji Mahendra, B. E. (2024). Memahami Asumsi Klasik

Dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam Tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, Dan Autokorelasi Dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(01), 01–11. <https://doi.org/10.58812/Jmws.V3i01.878>

- Sikumbang, A. S. (2021). Efektivitas Pemasaran Tabungan Emas Di Pt Pegadaian Syariah Cps Alaman Bolak Padangsidimpuan. *Skripsi*. <http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id/7478/>
- Suci, A. A. E., & Fahlevi Si, M. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Muda Terhadap Keputusan Berinvestasi Emas Pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Sains Riset*, 13(1), 103–112. <https://doi.org/10.47647/Jsr.V13i1.939>
- Sudrartono, T. (2021). Efektivitas Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Daya Saing Produk Boneka. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 121–129.
- Vanni, K. M., & Nadan, V. S. (2023). Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Banking Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (Jimpa)*, 3(2), 237–248. <https://doi.org/10.36908/Jimpa.V3i2.197>
- Yugo Susanto, Sri Bangun Lestari, E. P. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Investasi Reksadana Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 1(2), 1–10.

