

DAFTAR PUSTAKA

- Bau, A. R. C. , Mingkid, E. , & Marentek, E. A. (2019). Strategi komunikasi pemasaran pt. Pegadaian (persero) dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada Produk Tabungan Emas di Kantor Cabang Manado Selatan. *Acta Diuma Komunikasi.*, 1(4).
- Hasanah, U., Ndoel, W. M., Fa'ah, Y. S., & Rozari, P. E. de. (2026). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah Untuk Peningkatan Pendapatan (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KC Kupang). *Glory:Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*. <https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/glory/article/view/24815/9815>
- Hernita, R., Noprizal, N., & Syaputra, A. D. (2022). *Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia*.
- International Monetary Fund. (2026). *World economic outlook (International Monetary Fund)*.
- Karnain, B., Dewi, R., Daeng, A. G., & Ekonomi, F. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kredit pada Perum Pegadaian. *Jurnal Ekonomika*45, 12(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles Of Marketing Global Edition* (18th ed.). Pearson Higher Education. <https://books.google.ci.id/books?id=yqc5EAAAQBAJ>
- Niawati, I. (2025). Produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah Sebagai Alternatif Investasi Halal. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 10(02). <https://doi.org/10.37366/jespb.v10i02.2454>
- Nisa, C., & Widyasari, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Tabungan Emas Di PT Pegadaian CP Jepara). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Number 5). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Otoritas jasa keuangan. (2025). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2025*. <https://ojk.go.id/id/Fungsi-Utama/Perilaku-Pelaku-Usaha-Jasa-Kepikeyuan/SNLIK/Pages/SNLIK-2025.aspx>
- Paramita, F. P., Sari, M. I., & Izzudin, A. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan,Pendapatan, dan Preferensi Risiko Terhadap Minat Berinvestasi Cicilan Emas Nasabah Pegadaian Cabang Jember*. <https://doi.org/https://doi.org/10.36985/xjyydb83>
- Parulian, I. (2021). *Faktor-Faktor Yang Berkaitan Dengan Keputusan Nasabah Menggunakan Fasilitas Tabungan Emas di Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Perbaungan*.
- Pegadaian.co.id. (2025). *Pengertian Gadai*. <https://pegadaian.co.id/artikel/keuangan/pengertian-gadai>
- Pegadaian.co.id. (2026). *Cicil Emas Pegadaian*. <https://pegadaian.co.id/emas/cicil-emas>
- Purba, J. A. D., Naibaho, J. P., Lumbantoruan, P. Y., Zega, W. T. P., & Siallagan, H. (2025). Analisis Tabungan Dalam Perbankan :Pengelolaan, Prosedur

- Akuntansi, Dan Mekanisme Operasional Rekening Nasabah. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 9(1).
- Putra, H., Suryadi, N., Sarjana, P., Syariah, E., Sultan, U., & Riau, S. K. (2025). Analysis Of Customer Behavior In Purchasing Gold Products At PT. Pegadaian Syariah Analisis Perilaku Nasabah Dalam Pembelian Produk Emas Pada PT. Pegadaian Syariah. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 6, Number 5). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Ratu Dara, R., Juliana Nubatonis, O., & Y Jacob, Y. M. (2025). *Analisis Yuridis Terhadap Perjanjian Kredit Tanpa Agunan Sebagai Salah Satu Alternatif Pendanaan UMKM (Usaha mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia*. 2(2).
- 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 JSE*, 4(4). <https://doi.org/10.46773/jse.v4i1>
- Sahda, N., & Anan, M. (2024). *Sistem Pemberian Kredit Cepat Aman (KCA) di Masa Pandemi Covid -19 Pada PT. Pegadaian Cabang Medan Petisah* (Vol. 1, Number 1). <https://jurnal.ananpublisher.com/index.php/jumali>
- Sania, U., Sari, D. H., & Santika, S. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah PT Pegadaian UPC Pulau Indah Dalam Menggunakan Produk Gadaai Emas. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Poltekba (JMAP)*. <https://ejournal.poltekba.ac.id/index.php/jmap/article/view/465>
- Sholihah, S., & Dwi Waluyo, B. (2025). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menciptakan Brand Awareness dan Product Knowledge melalui Program Icip-Icip (Studi pada PT Wildan Cahaya Asri)*. <http://jtam.ulm.ac.id/index.php/persuasi>
- Siagian, R. R. A.-A. (2025). Persepsi Masyarakat Indonesia Terhadap Kenaikan Harga Emas Sebagai Instrumen Investasi Jangka Panjang: Sebuah Tinjauan Literatur. *Future Academia : The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 3(1), 72–79. <https://doi.org/10.61579/future.v3i1.298>
- Simbolon, F. R. (2024). *Strategi Komunikasi Personal Selling PT Pegadaian UPC Pasar Helvetia Dalam Memasarkan Produk Tabungan Emas*. <https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/23848>
- Zaenal Asikin, M. (2024). *Peran Emas sebagai Lindung Nilai terhadap Ketidakpastian Pasar Keuangan Global* Article Info. 3(3). <https://doi.org/10.57096/hawalah.v3i3.54>