

DAFTAR PUSTAKA

- Sutrsino, N. A.-R. R. A., Widodo, J., & Zulianto, M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rm Ayam Bakar Wong Solo Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(2), 259. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i2.8568>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104–112. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif dan R and D. In *Bandung: Alfabeta* (Vol. 3, Issue April).
- Prof., D. sugiyono. (2011). prof. dr. sugiyono, metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. intro (PDFDrive).pdf. In *Bandung Alf* (p. 143).
- Digdowiseiso, K. (2017). Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis. In *Universitas Pendidikan Indonesia* (Vol. 1, Issue Metodologi Penelitian).
- Sugiyono. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Kesembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. *Alfabeta*, 1(1), 1–99.
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2058–2067.
- Habibah, N. U. (2017). Perkembangangadai Emas Ke Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 81–97. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2095>
- Susanti, N., Halin, H., & Kurniawan, M. (2017). Pengaruh bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 43–49.
- Tambajong, G. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 1291–1301.

- Pane, D. (2018). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda)*. 9(1), 13–25.
- Hermawan, F. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi. *STIE Indonesia*, 53(9), 1689–1699.
- Marlius, D. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh*. 03(1), 12–22.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Sari, R. M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Minat Beli Pada Toko Rabbani. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25.
- Olivia, D. (2020). *Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service Dalam Melayani Transaksi Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian (Persero) Area Malang*. 4(1), 1–7.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi promosi pemasaran. *Fkip Uhamka*, 1–309.
- Siregar, T. A. (2021). *Pengaruh Produk, Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menabung Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan*. 1–143.
- Soekanto. (2016). Pengaruh Produk, Harga ,Promosi dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian STUDI DI Toko Mahkota. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 13(2004)*, 1. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i2.116>. Tujuan
- Montolalu, P., & Raintung, M. C. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Citra Merek, Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pada Pt . Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1809.
- Ulfah, M. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) CPS Kebun Bunga Banjarmasin*.

Abbas, M., Fara Kessi, M., & Tajuddin, I. (2022). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PRODUK KARTU HALO TELKOMSEL*. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen>

Senobaan, A. (2022). *PENGARUH PRODUK TABUNGAN EMAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA PEGADAIAN (Studi Kasus PT Pegadaian cabang Pabaeng-baeng UPC Landak)*.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga

Rohaeni, H. (2016). Peranan promosi melalui personal selling terhadap volume penjualan. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 223– 231.

Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. 4th ed. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2016. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI.

<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Category/120> Diakses pada 27 Oktober 2022 jam 21.30

<https://www.pegadaian.co.id/produk/tabungan-emas>. Diakses pada 27 Oktober 2022 jam 22.02

<https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/perencanaan/investasi-emas-apa-kelebihan-jenis-investasi-ini> Diakses pada 27 Oktober 2022 jam 22.16