

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023). *Transaksi Digital Banking di Indonesia Tumbuh 158% dalam 5 Tahun Terakhir*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/41234dcb958d96e/transaksi-digital-banking-di-indonesia-tumbuh-158-dalam-5-tahun-terakhir>
- Akbar, L. (2025). *Literasi dan inklusi keuangan, prioritas menuju Indonesia Emas 2045*. Antar News.Com.
<https://www.antaranews.com/berita/4656637/literasi-dan-inklusi-keuangan-prioritas-menuju-indonesia-emas-2045>
- Baron, S. (2022). *Service Marketing*. *Service Marketing*.
<https://doi.org/10.4135/9781446263426>
- Hamzah, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Institut, I., Islam, A., & Iain, N. (2024). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Pada Pegadaian Syariah Bone) Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Pada Pegadaian Syariah Bone) PENDAHULUAN Lembaga keuangan me. 2(5), 402–421.*
- Harianto, M. (2024). *Pegadaian catat volume transaksi gadai digital capai Rp14,54 triliun*. Antar News.Com.
<https://www.antaranews.com/berita/3955083/pegadaian-catat-volume-transaksi-gadai-digital-capai-rp1454-triliun>
- Kholifatur, R. (2025). *ANALISIS STRATEGI MARKETING PRODUK TABUNGAN EMAS (GOLD SAVINGS) DI PEGADAIAN UNIT PELAYANAN CABANG AJIBARANG DENGAN PENDEKATAN MATRIKS IFAS DAN EFAS*. 1–140. <https://repository.uinsaizu.ac.id/29851/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Management*.

- Pegadaian. (2024a). *Laporan Tahunan 2024 Annual Report*.
<https://www.pegadaian.co.id/kinerja-keuangan/laporan-tahunan>
- Pegadaian, S. (2024b). *Pegadaian Digital: Kemudahan Transaksi dalam Satu Aplikasi*. Sahabat Pegadaian.Co.Id.
<https://sahabat.pegadaian.co.id/artikel/inspirasi/aplikasi-pegadaian-digital>
- PT.Pegadaian. (2024). *Booklet Produk Pegadaian* (pp. 1–18).
- Purnama, B. E. (2024). *Tren Investasi di Indonesia: Perhiasan dan Tabungan Emas Tinggi Peminat*. Mediaindonesia.Com.
<https://mediaindonesia.com/ekonomi/712831/tren-investasi-di-indonesia-perhiasan-dan-tabungan-emas-tinggi-peminat>
- Rofiyandi, Y. (2024). *Ketimpangan Kepemilikan Emas*. Datanesia.Id.
<https://datanesia.id/ketimpangan-kepemilikan-emas/>
- Sarina, S., Hamzah, A., & Masyhuri, M. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Pada Pegadaian Syariah Bone). *Mutiara: Multidiciplinary Scientifict Journal*, 2(5), 402–421. <https://doi.org/10.57185/mutiara.v2i5.188>
- Sarina, S., Hamzah, A., & Masyhuri, M. (2024). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Pada Pegadaian Syariah Bone). *Mutiara: Multidiciplinary Scientifict Journal*, 2(5), 402–421. <https://doi.org/10.57185/mutiara.v2i5.188>
- Supriyanto. (2023). *Transformasi Digital Pegadaian, Lahirkan Ragam Inovasi Layanan*. Telkomdigitalsolutiion.
<https://www.telkomdigitalsolution.com/berita/178/transformasi-digital-pegadaian-lahirkan-ragam-inovasi-layanan>
- tia, R. S., & Aisyah, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada PT. Pegadaian CP Berastagi). *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2025–2033.
<https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13127>

- Winarto, Y. (2021). *Pegadaian*. Wikipedia.
<https://en.wikipedia.org/wiki/Pegadaian>
- Wirtz, J. (2017). Developing Service Products and Brands. In *Developing Service Products and Brands*. WORLD SCIENTIFIC (US).
<https://doi.org/10.1142/y0005>
- Ahdiat, A. (2023). *Transaksi Digital Banking di Indonesia Tumbuh 158% dalam 5 Tahun Terakhir*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/41234dcb958d96e/transaksi-digital-banking-di-indonesia-tumbuh-158-dalam-5-tahun-terakhir>
- Akbar, L. (2025). *Literasi dan inklusi keuangan, prioritas menuju Indonesia Emas 2045*. Antar News.Com.
<https://www.antarnews.com/berita/4656637/literasi-dan-inklusi-keuangan-prioritas-menuju-indonesia-emas-2045>
- Baron, S. (2022). *Service Marketing. Service Marketing*.
<https://doi.org/10.4135/9781446263426>
- Hamzah, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Institut, I., Islam, A., & Iain, N. (2024). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Pada Pegadaian Syariah Bone) Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Pada Pegadaian Syariah Bone) PENDAHULUAN Lembaga keuangan me. 2(5), 402–421.*
- Harianto, M. (2024). *Pegadaian catat volume transaksi gadai digital capai Rp14,54 triliun*. Antar News.Com.
<https://www.antarnews.com/berita/3955083/pegadaian-catat-volume-transaksi-gadai-digital-capai-rp1454-triliun>
- Kholifatur, R. (2025). *ANALISIS STRATEGI MARKETING PRODUK TABUNGAN EMAS (GOLD SAVINGS) DI PEGADAIAN UNIT*

PELAYANAN CABANG AJIBARANG DENGAN PENDEKATAN MATRIKS IFAS DAN EFAS. 1–140. <https://repository.uinsaizu.ac.id/29851/>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Management*.

Pegadaian. (2024a). *Laporan Tahunan 2024 Annual Report*.

<https://www.pegadaian.co.id/kinerja-keuangan/laporan-tahunan>

Pegadaian, S. (2024b). *Pegadaian Digital: Kemudahan Transaksi dalam Satu Aplikasi*. Sahabat Pegadaian.Co.Id.

<https://sahabat.pegadaian.co.id/artikel/inspirasi/aplikasi-pegadaian-digital>

PT.Pegadaian. (2024). *Booklet Produk Pegadaian* (pp. 1–18).

Purnama, B. E. (2024). *Tren Investasi di Indonesia: Perhiasan dan Tabungan Emas Tinggi Peminat*. Mediaindonesia.Com.

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/712831/tren-investasi-di-indonesia-perhiasan-dan-tabungan-emas-tinggi-peminat>

Rofiyandi, Y. (2024). *Ketimpangan Kepemilikan Emas*. Datanesia.Id.

<https://datanesia.id/ketimpangan-kepemilikan-emas/>

Sarina, S., Hamzah, A., & Masyhuri, M. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Pada Pegadaian Syariah Bone). *Mutiara: Multidisciplinary Scientific Journal*, 2(5), 402–421. <https://doi.org/10.57185/mutiara.v2i5.188>

Sarina, S., Hamzah, A., & Masyhuri, M. (2024). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Pada Pegadaian Syariah Bone). *Mutiara: Multidisciplinary Scientific Journal*, 2(5), 402–421. <https://doi.org/10.57185/mutiara.v2i5.188>

Supriyanto. (2023). *Transformasi Digital Pegadaian, Lahirkan Ragam Inovasi Layanan*. Telkomdigitalsolution.

<https://www.telkomdigitalsolution.com/berita/178/transformasi-digital-pegadaian-lahirkan-ragam-inovasi-layanan>

tia, R. S., & Aisyah, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada PT. Pegadaian CP Berastagi). *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2025–2033.
<https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13127>

Winarto, Y. (2021). *Pegadaian*. Wikipedia.
<https://en.wikipedia.org/wiki/Pegadaian>

Wirtz, J. (2017). Developing Service Products and Brands. In *Developing Service Products and Brands*. WORLD SCIENTIFIC (US).
<https://doi.org/10.1142/y0005>