

DAFTAR PUSTAKA

- Andrew T. Stephen. (2015). *The Role of Digital and Social Media Marketing in Consumer Behavior*. 1–16.
- Arifah Qurotul Aini Nur Salsabila, Latifah Eka Febriyanti, Misbah Fturrahman Bataiv, & Mukie Ardy Budiarti. (2024). *Peran Vital Desain Branding dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha dan Mendukung Pertumbuhan UMKM*. 74–79.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2006). Advertising and Packaging, An integrated Marketing Communications Perspective. In *Belch: Advertising and Promotion, Sixth Edition*.
- Chaffey, C. (2019). *Digital Marketing*. Pearson.
- Dave Chaffey, P. S. (2023). Digital Marketing Excellence. In *Sixth edition by Routledge* (Vol. 11, Issue 1).
- Fitria, R. (2019). Strategi Pemasaran Tabungan Emas Pada PT Pegadaian (Persero) Unit Syariah Simpang Benteng Payakumbuh. *Publikasi IAIN Batusangkar*, 58–64. <https://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/12517>
- Kapoor, K., Ziaee Bigdeli, A., Dwivedi, Y. K., Schroeder, A., Beltagui, A., & Baines, T. (2021). A socio-technical view of platform ecosystems: Systematic review and research agenda. *Journal of Business Research*, 128, 94–108. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.060>
- Keller, K. (2016). Marketing Management 15th Global Edition. In *Pearson Education* (Vol. 15).
- Kotler, Keller, C. (2022). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, A. (2018). Principles of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts*. Pearson. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Kurniawati, K., Nilasari, B. M., Emilisa, N., & Rahayu, F. (2022). Strategi Pemasaran Iklan Digital Dalam Pengambilan Keputusan Berbasis Online. *Jurnal Abdikaryasakti*, 2(2), 137–150. <https://doi.org/10.25105/ja.v2i2.14187>
- Lambrecht, A., & Tucker, C. (2013). When does retargeting work? Information specificity in online advertising. *Journal of Marketing Research*, 50(5), 561–576. <https://doi.org/10.1509/jmr.11.0503>
- Montolalu, P., & Raintung, M. C. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra

- Merek Dan Persepsi terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Kanwil Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1809.
- Nur Fadli, Bambang Mursito, R. W. (2022). Brand Experience. *The SAGE Encyclopedia of Economics and Society*, 18(2), 180–191. <https://doi.org/10.4135/9781452206905.n104>
- Philip Kotler, K. K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Regita, A., Bau, C., Mingkid, E., Marentek, E. A., & Manado, P. S. (n.d.). *Marketing Communication Strategy Pt. Pegadaian (Persero) In Increasing Community Interest In Gold Savings Products In South Manado Branch Offices*.
- 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>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2011). Comportamiento del Consumidor - DÉCIMA EDICIÓN. In *Pearson Educación* (Vol. 12, Issue 20).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistio, A. B. (2021). BRANDING SEBAGAI INTI DARI PROMOSI BISNIS Oleh Ahmad Budi Sulistio Branding adalah berbagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun dan membesarkan identitas sebuah. *Jurnal ProFilm 2020-Boim-Membangun Branding*, 1–16.
- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 57(6), 703–708. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002>
- Tuten, Tracy L, Solomon, & Michael R. (2018). *Social Media Marketing*.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*:

- Management Information Systems*, 27(3), 425–478.
<https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wickham, J., Stehman, S., Gass, L., Dewitz, J., Sorenson, D., Granneman, B., Ross, R., & Baer, L. (2018). Applications of low-cost sensing technologies for air quality monitoring and exposure assessment: How far have they gone? *Environment International*, 116, 286–299.
<https://doi.org/10.1016/j.envint.2018.04.018>. Submit
- Winarto, H., Poernomo, A., & Prabawa, A. (2021). Analisis Dampak Kebijakan Moneter terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 34. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.216>
- Wulandari, S., Halizah, S. N., & Darlin, E. (2025). *Peran Konten TikTok dalam Mengembangkan Branding sebagai Media Bisnis Digital yang Berprofitabilitas*. 4(1).
- Yaqin, H. N., & Manggala Wijayanti, I. (2023). Strategi Pemasaran dan SWOT dalam Pembangunan Brand Image dan Penguatan Pondasi Bank Syariah. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 49–56. <https://doi.org/10.29313/jres.v3i1.1749>
- Zheithaml, Jaworski, Kohli, R Tuli, U. (2020). *A theories-in-use approach to building marketing theory*. 774–794.
- CNN Indonesia (2025). <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20250420025256-92-1220438/pegadaian-prediksi-tabungan-emas-melonjak-10-kali-lipat-akhir-april>, diakses pada 2 Mei 2025.
- Pegadaian.co.id (2025). <https://www.pegadaian.co.id/produk/tabungan-emas>, diakses pada 2 Mei 2025.
- Sahabat.Pegadaian.co.id (2025). <https://sahabat.pegadaian.co.id/produk-pegadaian/tabungan-emas>, diakses pada 2 Mei 2025.
- Finansialku.com (2024). <https://www.finansialku.com/investasi/tabungan-emas-di-pegadaian>, diakses pada 2 Mei 2025.