

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Sutedi. (2011). *Hukum Gadai Syariah*.
- Ahmad Wardi Muslich. (2010). *Fiqh Muamalah*.
- Ahmadi, D., Ainorrofiqie, & Santoso, F. (2024). *Strategi Marketing Mix (Product, Promotion, Price, Place) Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Perspektif Umkm Sumenep Kota*. 13(2), 219–226.
- Al-Qur'an Kemenag Online, 'Qur'an Dan Terjemahan*. (2022).
- Alfajar, A. I., Islam, U., Sjech, N., Djmbek, M. D., Patrio, F., Islam, U., Sjech, N., Djmbek, M. D., Rahmi, L., Islam, U., Sjech, N., Djmbek, M. D., Gustina, M., Islam, U., Sjech, N., Djmbek, M. D., Rahayu, M., Islam, U., Sjech, N., ... Djmbek, M. D. (2023). *Analisis Perilaku Nasabah Dalam Penggunaan Produk Keuangan Syariah*. 1(1), 33–45.
- Alma, B. (2014a). *Manajemen Bisnis Syariah Edisi Revisi : Menanamkan Nilai Dan Praktik Syariah Dalam Bisnis Kontemporer*.
- Alma, B. (2014b). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*.
- Amalia, N. (2017). *Promosi Personal Selling Surat Kabar Bogor Today Dalam Menarik Minat Pemasang Iklan*. 3(April), 9–20.
- Anisatun Nurul Uluwiyah. (2022). Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. In *Multi Pustaka Utama*.
- Arif, N. R. Al. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*.
- Caspirosi, L. C., Efendi, R., Khasan, N., & Anwar, A. S. (2023). Sosialisasi Produk Bank Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Literasi Masyarakat Akan Lembaga Keuangan Syariah Di Cfd Jalan Dhoho Kota Kediri. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 526–532. <https://doi.org/10.30762/Welfare.V1i3.463>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson Education.
- Darsana I Made Et Al. (2023). Strategi Pemasaran. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 1, Issue 0).
- Davis, F. D. (N.D.). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology* (Vol. 13, N).
- Dkk, D. D. (N.D.). *Keputusan Pembelian Dalam Perilaku Konsumen*.
- Faransyah, R., & Prabowo, P. S. (2020). Pengaruh Promosi Dan Literasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pegadaian Syariah Di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 141–150. <https://doi.org/10.26740/Jekobi.V3n3.P141-150>

- George E. Belch, & Belch, M. A. (2018). *Advertising And Promotion* (11th Ed.). Mcgraw-Hill.
- Hanifah, E. N., Sukarelawati, S., & Agustini, A. (2017). Metode Promosi Melalui Direct Selling Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Menggunakan Jasa Hotel. *Jurnal Komunikatio*, 3(1), 47–60. <https://doi.org/10.30997/jk.v3i1.849>
- Harbani Pasolong. (2019). Teori Administrasi Publik. In *Angewandte Chemie International Edition* (Vol. 3, Issue 1).
- Hasibuan, A., Pulungan, A. S., Nasution, I., & Hasibuan, K. J. (2025). *Sosialisasi Literasi Keuangan Syariah Sebagai Upaya Peningkatan Pemahaman Ekonomi Masyarakat Desa Tamiang*. 347–352.
- Julhadi. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- K., A. (2020). Gadai Syariah Kontemporer. In *Alauddin University Press*.
- Kamus Pusat Bahasa. (2008). Kamus Besar Bahasa Indonesia. In *Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional* (Vol. 15, Issue 1).
- Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2006a). *Syariah Marketing*. Mizan.
- Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2006b). *Syariah Marketing*.
- Keuangan, O. J. (N.D.). *Peraturan Ojk Tentang Usaha Pergadaian*. Retrieved February 18, 2026, From <https://www.ojk.go.id>
- Kusumasari, K. E. (2022). *Strategi Membangun Brand Advocacy Marketing Pada Era Industri 4.0*. 06(01), 1–7.
- Lestari, M. (2020). Bank Dan Lembaga Keuangan Non Bank. In *Bank Dan Lembaga Keuangan Non Bank* (Vol. 12).
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Mondal, W. I. (2014). Journal Of Business And Accounting. *National University*, 7(1), 151. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.654.7646&rep=Rep1&type=pdf#page=4>
- Muhammad. (2004). *Manajemen Dana Bank Syariah*.
- Nasional-Mui, D. S. (N.D.). *Fatwa No. 25/Dsn-Mui/III/2002 Tentang Rahn*. Retrieved February 18, 2026, From <https://dsnmu.or.id>
- Nur, A. (2017). *Pemasaran Syariah*.

- Pegadaian, P. (N.D.-A). *Layanan Pegadaian Syariah*. Retrieved February 18, 2026, From [Https://Www.Pegadaian.Co.Id/Syariah](https://www.pegadaian.co.id/Syariah)
- Pegadaian, P. (N.D.-B). *Produk Amanah Syariah*. Retrieved February 18, 2026, From [Https://Www.Pegadaian.Co.Id/Produk/Amanah](https://www.pegadaian.co.id/Produk/Amanah)
- Pegadaian, P. (N.D.-C). *Produk Arrum Syariah*. Retrieved February 18, 2026, From [Https://Www.Pegadaian.Co.Id/Produk/Arrum](https://www.pegadaian.co.id/Produk/Arrum)
- Pegadaian, P. (N.D.-D). *Produk Mulia*. Retrieved February 18, 2026, From [Https://Www.Pegadaian.Co.Id/Produk/Mulia](https://www.pegadaian.co.id/Produk/Mulia)
- Pegadaian, P. (N.D.-E). *Produk Rahn (Gadai Syariah)*. Retrieved February 18, 2026, From [Https://Www.Pegadaian.Co.Id/Produk/Rahn](https://www.pegadaian.co.id/Produk/Rahn)
- Pegadaian, P. (N.D.-F). *Tabungan Emas*. Retrieved February 18, 2026, From [Https://Www.Pegadaian.Co.Id/Produk/Tabungan-Emas](https://www.pegadaian.co.id/Produk/Tabungan-Emas)
- Pegadaian, P. (N.D.-G). *Tentang Pegadaian*. Retrieved February 18, 2026, From [Https://Www.Pegadaian.Co.Id/Tentang-Pegadaian](https://www.pegadaian.co.id/Tentang-Pegadaian)
- Pegadaian, P. (N.D.-H). *Visi Dan Misi Perusahaan*. Retrieved February 18, 2026, From [Https://Www.Pegadaian.Co.Id/Profil-Perusahaan](https://www.pegadaian.co.id/Profil-Perusahaan)
- Pergadaian. (N.D.). Otoritas Jasa Keuangan. Retrieved September 15, 2025, From [Https://Ojk.Go.Id/Id/Regulasi/Pages/Pojk-39-Tahun-2024-Pergadaian.Aspx](https://ojk.go.id/id/regulasi/pages/pojk-39-tahun-2024-pergadaian.aspx)
- Philip, K., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Marketing Management, 15/E. Global Edition*. Pearson Education.
- Pradono, J. (2018). *Panduan Penelitian Dan Pelaporan Penelitian Kualitatif*. Lembaga Penerbit Badan Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan (Lpb).
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Sains Manajemen*, 7(1), 1–17. [Https://Doi.Org/10.30656/Sm.V7i1.2707](https://doi.org/10.30656/Sm.V7i1.2707)
- Purnamasari, S. (2018). Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Produk (Studi Kasus Pada Pegadaian Unit Layanan Syariah Sultan Adam Banjarmasin). *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 9(1), 25. [Https://Doi.Org/10.18592/At-Taradhi.V9i1.2085](https://doi.org/10.18592/At-Taradhi.V9i1.2085)
- Putra, P., & Wiwik Hasbiyah An. (2018). *Teori Dan Praktik Pemasaran Syariah*.
- Rattu, B. C. G., Poputra, A. T., Ekonomi, F., & Akuntansi, J. (2015). *Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Mineral Bukan Logam Dan Batuan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Minahasa*.
- Roficoh, L. W., & Ghozali, M. (2018). Aplikasi Akad Rahn Pada Pegadaian Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2). [Https://Doi.Org/10.30651/Jms.V3i2.1736](https://doi.org/10.30651/Jms.V3i2.1736)

- Rongcai, R. E. N., Guoxiong, W. U., & Ming, C. A. I. (N.D.). *Pemasaran Strategik*.
- S.P. Siagian. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Silalahi, U. (2015). *Asas-Asas Manajemen*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Alfabeta (Ed.)).
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip Dan Penerapan*.
- Tulasmi, T., & Mukti, T. (2020). Peran Pegadaian Syariah Dalam Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 239. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1072>
- Yuliani, M., Meliza, D., Fitrianto, F., Saputra, A., & Mulyadita, R. (2021). Sosialisasi Produk Tabungan Emas Pt. Pegadaian Upc Teluk Kuantan Kepada Siswa Sman 1 Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi. *Bhakti Nagori (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(1), 22–27. https://doi.org/10.36378/Bhakti_Nagori.V1i1.1408