

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin Nengsih, T. dan P. Sari Putri. 2021. Determinan Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah : Studi Empiris di Kota Jambi. *Journal of Business and Banking*. Vol. 11, No. 1, h. 93–111.
- Aisya, S., D. Yohansyah, A. Riyadi, ) Febi dan I. Palu. 2020. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *AL-KHARAJ: Journal of Islamic Economic and Business*. Vol. 2, No. 1, h. 16–33.
- Ajzen, I. 1991. *The Theory of Planned Behavior*. 50(2). *Organizational Behavior and Human Decision Process*.
- Ajzen, I. 2005. *Attitudes, Personality and Behavior (2nd ed.)*. UK: Open University Press.
- Aldra, P., A. P. Rahma dan C. Cangghih. 2021. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Investasi Emas. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. Vol. 4, No. 2, h. 98–108.
- Amilia, S. dan M. O. A. Nst. 2017. Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Vol. 6, No. 1.
- Arief, B. 2006. *Manajemen Mutu Terpadu: Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Bagozzi, R. P. dan Y. Yi. 1988. On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol. 16, No. 1, h. 74–94.
- Bhati, N. S., L. Vijayvargy dan A. Pandey. 2022. Role of E-Service Quality ( E-SQ ) on Customers ' Online Buying Intention : An Extended Theory of Planned Behavior. *IEEE*. Vol. 10.
- BPS. 2021. *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2021*, Jakarta, Indonesia.
- Chotifah, Y. S. 2018. Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling. *Journal of Finance and Islamic Banking*. Vol. 1, No. 1, h. 65–75.
- Darmawan, A., N. D. Indahsari, S. Rejeki, M. R. Aris dan R. Yasin. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 18, No. 1, h. 43–52.
- Fadilah, M. N., N. Indriwan, N. Khoirunnisa dan S. Mulyantini. 2022. Review Faktor Penentu Keputusan Investasi. Vol. 2, No. 1, h. 17–29.

- Faqih, F. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah PT. Bank Sumut KCP Syariah Karya.
- Febrian, W. D. 2018. Analisis Pendapatan Masyarakat dan Bagi Hasil (Mudharabah) terhadap Minat Masyarakat Menabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pekanbaru. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*. Vol. 1, No. 2, h. 111–127.
- Fei, F. dan K. Adibe. 2010. Theories of Gold Price Movements : Common Wisdom or Myths ? Theories of Gold Price Movements : Common Wisdom or Myths ? *Undergraduate Economic Review*. Vol. 6, No. 1.
- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen (Kedua)*. Semarang, Indonesia: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fishbein, M. dan I. Ajzen. 1975. *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Fitri, B. dan D. Triana Relita. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi terhadap Minat Menabung Anggota Koperasi Kredit Bina Masyarakat Cabang Sintang. *JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol. 5, No. 2.
- Gervais, S., R. Kaniel dan D. H. Mingelgrin. 2001. The buy low, sell high investment strategy. *The Journal of Finance*. Vol. 56, No. 2, h. 447–468.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang, Indonesia: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, K. A. P., A. A. S. Purnami dan N. Senimantara. 2020. Pengaruh Faktor Promosi, Pelayanan, Produk, dan Suku Bunga Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pada Bank Umum ( Studi Kasus BNI 46). *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*. Vol. 3, No. 2, h. 45–51.
- Hidayah, S. A. dan R. A. E. P. Apriliani. 2019. Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas, Produk, dan Daya Tarik Promosi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal of Economic, Business and Engineering*. Vol. 1, No. 1, h. 24–31.
- I'tishom, M. F., S. Martini dan W. Novandari. 2020. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Go-Pay. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*. Vol. 22, No. 4, h. 514–532.
- Ibrahim, M. 2012. Analisis Pengaruh Harga Emas Dunia Terhadap Harga Emas di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*. Vol. 1(1), h. 1–10.

- Indana Afriyanti dan Agus Arwani. 2022. Determinan Kepercayaan, Lingkungan Sosial, Pendapatan Dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Menabung di Lembaga Keuangan Syariah. *JIEF: Journal of Islamic Economics and Finance*. Vol. 2, No. 2, h. 36–50.
- Intan, N. 2021. *Republika.co.id*.
- Jakpat. 2018. Indonesian Millennials Investment Trend 2018 -Survey Report, Jakarta, Indonesia.
- Jaya, A. H., T. S. Tolla, A. Syatir, A. Nasruddin, N. Sari dan H. Anam. 2021. Interest Rates and Inflation as Determining Factors of Saving in Central Sulawesi Banks. *Universal Journal of Accounting and Finance*. Vol. 9, No. 4, h. 531–541.
- Katili, B., S. L. Mandey dan I. S. Saerang. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Speaker Merek Yamaha Di Fortino Audio Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 6, No. 1, h. 91–100.
- Keller, K. L. 2008. *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Education India.
- Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan)*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2008. *Principles of marketing (12th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., K. L. Keller, S. H. Ang, S. M. Leong dan C. T. Tan. 2019. *Marketing Management: An Asian Perspective*. Pearson.
- Kuncoro, M. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Lestari, I. dan P. D. Panjaitan. 2019. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Tabungan Emas di PT. Pegadaian (PERSERO) Kota Pemantangsiantar. *EKUILNOMI: Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol. 1, No. 1, h. 17–25.
- Li, H., Q. Li, J. Li dan Y. Liang. 2018. The Impact of Online Sales Promotion on Consumer Purchase Behavior: A Moderated Mediation Model. *Journal of Business Research*. Vol. 89, h. 36–44.
- Maghfiroh, S. 2018. Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswa Darush Shalihah. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*. Vol. 7, No. 3.

- Maharani, N. S. 2020. Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*. Vol. 2, No. 1, h. 57.
- Makaleuw, M. M., J. S. B. Sumarauw dan I. W. J. Ogi. 2018. Pengaruh Citra Merek, Fitur Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pt. Gemilang Emas Indonesia Cabang Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 6, No. 4, h. 3713–3722.
- Mamun, M. A., M. Mohiuddin dan M. Nurunnabi. 2020. Service quality, customer experience and customer behavioral intentions: Evidence from retail banking in Bangladesh. *Journal of Services Marketing*. Vol. 34, No. 6, h. 737–750.
- Musthofa, M. A. dan M. F. S. Musfiroh. 2022. Pengaruh Produk, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*. Vol. 2, h. 64–74.
- Muttaqin, R. dan R. Dwi Ayuningtyas. 2022. Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, dan Pendapatan terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Masyarakat Milenial Kota Semarang). *STABILITY: Journal of Management dan Business*. Vol. 5, No. 1.
- Najjar, F., G. N. Soutar dan C. M. Keenan. 2014. The impact of advertising on social norms and behavioral intentions: A study of university students regarding responsible drinking behavior. *Journal of Consumer Behaviour*. Vol. 13, No. 1, h. 47–56.
- Ningsih, G., M. Dayyan dan Nurjanah. 2019. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia di Pegadaian Syariaiah Langsa Barat. *IHTIYATH : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*. Vol. 3, No. 2, h. 87–110.
- Nurhadi, A., A. Budiyanto, H. Murtiyoko, U. Pamulang dan K. L. Daring. 2022. Kualitas Layanan Elektronik: Suatu Tinjauan Literatur. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol. 05, No. 3, h. 308–319.
- Nurika, Y., A. Rahmannur Ibnu dan I. Abdul Aziz. 2021. Analysis of The Effect of Promotion, Product Excellence, and Application of Sharia Values on People's Savings Interest (Study at PT. BSI Kuala Tungkal, Jambi). *Jurnal Nisbah*. Vol. 7, No. 2.
- O'Cass, A. dan H. McEwen. 2004. Journal of Consumer Behaviour. *Exploring Consumer Status and Conspicuous Consumption*. Vol. 4, No. 1, h. 25–39.
- Pasaribu, R. F. A., I. L. Sianipar, Y. F. Siagian dan V. Sartika. 2019. Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy PT. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*. Vol. 5, No. 1, h. 45–52.

- Pramika, B. D. 2017. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Masyarakat Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. Vol. 21(2), No. 57–68, h. 58.
- Priyono, A. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Tentang Kebijakan Ekonomi Pemerintah. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan*. Vol. 2(2), h. 45–59.
- PT.Pegadaian. 2021. Empowering Core Business and Resilience through Digitalization, Jakarta.
- Purnomo, S. D., H. Cahyo dan S. A. Mukharomah. 2021. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Banyumas. *J-MAS: Jurnal Manajemen dan Sains*. Vol. 6, No. 2, h. 343.
- Rahmayanti, A. 2018. Relevansi Promosi terhadap Minat Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Di Bank Syariah Mandiri KC Kepanjen. *Jurnal Iqtishodia*. Vol. 3, No. 1.
- Romdhoni, A. H. dan D. R. Sari. 2018. Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 4, No. 02, h. 136.
- Salim, J. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Emas. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 17, No. 1, h. 37–50.
- Sanjaya, S. 2015. Pengaruh Promosi dan Merek terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol. 16, No. 02, h. 108–122.
- Sari, D. N. dan D. Azzafira. 2021. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Berinvestasi di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 18, No. 1, h. 20–31.
- Schiffman, L. G. dan L. L. Kanuk. 2010. *Consumer behavior (10th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Sebastian, Y., D. Amran dan Y. Lab. 2016. *Generasi Langgas: Millennials Indonesia*. Jakarta: GagasMedia.
- Siamto, W. 2018. Pengaruh Stress Kerja, Promosi dan Turnover Karyawan Terhadap Komitmen Organisasi pada Karyawan Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Bersama Cabang Bogor. *Jurnal Disrupsi Bisnis*. Vol. 1, No. 1, h. 135–186.
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Steinert, J. I., J. Zenker, U. Filipiak, A. Movsisyan, L. D. Cluver dan Y. Shenderovich. 2018. Do saving promotion interventions increase household savings , consumption , and investments in Sub-Saharan Africa ? A systematic review and meta-analysis. *World Development*. Vol. 104, h. 238–256.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Surepno. 2018. Studi Implementasi Akad Rahn (Gadai Syariah) Pada Lembaga Keuangan Syariah. *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*. Vol. 1, No. 2, h. 174–186.
- Ubaidillah, H. L. dan N. Asandimitra. 2019. Pengaruh Demografi, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 7, No. 1, h. 241–249.
- Varki, S. dan M. Colgate. 2001. The Role of Price Perceptions in an Integrated Model of Behavioral Intentions. *Journal of Service Research*. Vol. 3, No. 3, h. 232–240.
- Wahyudi, R., R. Carmelina, K. Indartono, S. W. Handani, A. Purwokerto, S. Haji dan A. Salim. 2017. Analisis Minat Menabung Masyarakat Terhadap Tabungan pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) TBK. Cabang Bukittinggi. *Jurnal Pro Bisnis*. Vol. 10, No. 1.
- Wahyuni, D. 2020. Pengaruh persepsi harga emas terhadap keputusan investasi emas. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan*. Vol. 4, No. 2, h. 111–121.
- Widodo, T. 2019. Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Kondisi Ekonomi Indonesia. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*. Vol. 6, No. 1, h. 53–64.
- Winarto, E. dan ; Suryadi. 2019. Return On Equity terhadap Kinerja Perbankan dan Nilai Emas sebagai Variabel Moderasi. *Akutansi Bisnis & Manajemen ( ABM )*. Vol. 26, No. 02, h. 190.
- Wulandari, N. P. A. dan D. Suryaningrum. 2021. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syari'ah*. Vol. 10, No. 2.
- Zainullah, A. Sani Supriyanto dan Siswanto. 2021. Pengaruh Word of Mouth dan Promosi Terhadap Minat Menabung Anggota di KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*. Vol. 4, No. 2.