

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim. (2015). *Ekonomi Mikro Islami*. Rajawali Pers.
- Agustina, A., & Barus, A. C. (2023). Investasi Safe Haven: Dampak Perang Rusia - Ukraina. *Owner*, 7(3), 2330–2339. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1523>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*. Open University Press.
- Amalia, N. R. (2018). Pengaruh Kemudahan Akses dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian pada Situs Online Tiket.com.
- Anam, M. K., & Kulsum, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Dan Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Gadai Emas. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(2), 129–141. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i2.759>
- Aswad, A., & Patimbangi, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Promosi terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah (Jurnal Akunsyah)*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.30863/akunsyah.v1i1.2987>
- Aulia, I. S., Amanda, T., & Azmi, Z. (2025). Preferensi Gen Z Menggunakan Platfrom Investasi Digital di Pasar Modal. 2(2).
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2024). *Penduduk Kelompok Umur (Jiwa), 2021-2023* [Dataset]. <https://semarangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDkjMg==/penduduk-kelompok-umur.html>
- bareksa.com. (2021). *Apa Saja Instrumen Investasi Terfavorit Investor Milenial di Indonesia?* <https://www.bareksa.com/berita/belajar-investasi/2021-12-08/apa-saja-instrumen-investasi-terfavorit-investor-milenial-di-indonesia>
- BPS. (2020). *Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, Provinsi JAWA TENGAH, 2020* (Sensus Penduduk No. Badan Pusat Statistik). <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/14/0>
- BPS. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020* [Dataset]. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk--sp2020--pada-september-2020-mencatat-jumlah-penduduk-sebesar-270-20-juta-jiwa-.html>

- Carsana, Y., & Kevin, D. (2020). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki di PT.ARISTA SUSKES ABADI TANJUNG PINANG.
- Chanifudin, C., & Nuriyati, T. (2020). Integrasi Sains dan Islam dalam Pembelajaran. *Asatiza*, 1(2), 212–229.
- Chotifah, Y. S. (2018). Peningkatan minat menabung di bank syariah melalui program office channeling. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 1(1).
- Dewan Syariah Nasional MUI. (2010). *Fatwa Dewan Syariah Nasional tentang Jual-Beli Emas Secara Tidak Tunai* (No. 77/DSN-MUI/V/2010; p. 11). DEWAN SYARIAH NASIONAL MUI.
- Diskominfo Kota Semarang. (2025). *Rapat Koordinasi Penyusunan Roadmap Smart City 2025–2029 Kota Semarang* (Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik). DISKOMINFO KOTA SEMARANG. <https://diskominfo.semarangkota.go.id/berita/rapat-koordinasi-penyusunan-roadmap-smart-city-2025-2029-kota-semarang>
- Elsalonika, A., & Ida, I. (2025). Perilaku Keuangan Generasi Z: Peran Penerapan Financial Technology, Literasi... 9(2).
- Endang Sulistiyani. (2024). Determinant of Gold Investment Decision in Z Generation: A Study of Planned Behavior and Social Learning Theory. *Management and Accounting Review*. <https://doi.org/10.24191/MAR.V23i01-17>
- Ernasari, D., & Firdaus, R. (2025). The Influence of Social Media and Financial Education on Investment Interest with Investment Promotion as a Mediation Variable. 4(2).
- Fadilah & Fazizah. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi, Dan Resiko Investasi Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(3), 164–175. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1275>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk skripsi*.
- Firdhy, E. H., & Amanah, L. (2022). Analisis Perbandingan Kinerja Cryptocurrency Bitcoin, Saham dan Emas Sebagai Alternatif Investasi. 11.
- Ghozali, I. (2018). Ghozali 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, 25.

- halosemarang.id. (2023). *Pegadaian Wilayah XI Semarang Kejar Target 1,1 Juta Nasabah di 2023*. halosemarang.id. <https://halosemarang.id/pegadaian-wilayah-xi-semarang-kejar-target-11-juta-nasabah-di-2023>
- Handayani, C. O. (2023). Pengaruh Digitalisasi, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Emas Melalui PT Pegadaian (Studi Kasus pada Generasi Z di Jabodetabek). 3.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Imani, B., Allahyari, M. S., Bondori, A., Surujlal, J., & Sawicka, B. (2021). *Determinants of organic food purchases intention: The application of an extended theory of planned behaviour*. <https://doi.org/10.17170/KOBRA-202011192216>
- Kasmaniar, K., Khairuna, Fitriliana, Filia Hanum, & Juwita. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Harga Emas terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas Pengadaian Syariah. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(5), 2228–2235. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i5.1594>
- Kasri, R. A., & Chaerunnisa, S. R. (2022). The role of knowledge, trust, and religiosity in explaining the online cash waqf amongst Muslim millennials. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1334–1350. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0101>
- Kesarditama, F., Haryadi, H., & Vyn Amzar, Y. (2020). Pengaruh inflasi, nilai tukar rupiah per dollar Amerika, harga minyak mentah dunia dan indeks harga saham gabungan terhadap harga emas di Indonesia. *e-Journal Perdagangan Industri dan Moneter*, 8(2), 55–64. <https://doi.org/10.22437/pim.v8i2.8269>
- Khairunnisya, A., Ariani, D., Ansari, L. P., & Hatmawan, A. A. (2024). *Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh*.
- Kholifah, E. (2022). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Tingkat Inflasi terhadap Penyaluran Pembiayaan Gadai Emas pada BJB Syariah.
- Kotler. (2007). *Manajemen Pemasaran*.
- Lailatus Sa'adah, Famung Gangga, Tata Mifthakul Janah, & Binti Ayu Fadhilah. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Z dalam Berinvestasi (Studi pada Mahasiswa Universitas Kh. A Wahab Hasbullah). *Jurnal Riset Manajemen*, 3(1), 01–11. <https://doi.org/10.54066/jurma.v3i1.2901>

- Lestari, D. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah (Studi di Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Pasar Tamin, Bandar Lampung)*.
- Lotte et al. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*. PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Maharani, N. (2020). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas. *Muhasabatuna, Volume 1 no 1*.
- Mahfud. (2025, February 14). Investor Pasar Modal di Jateng Tembus 1,5 Juta Orang, Gen Z Mendominasi. *INDORAYA.NEWS*.
<https://indoraya.news/investor-pasar-modal-di-jateng-tembus-15-juta-orang-gen-z-mendominasi#:~:text=%E2%80%9CUntuk%20investor%20Jawa%20Tengah%20terbanyak%20di%20rentang,Semarang%20dengan%20159.864%20orang%20per%20Desember%202024>.
- Mardika, A. P. (2025). Analisa Faktor – Faktor yang Mempengaruhi GEN– Z dalam Menentukan Keputusan Investasi.
- Martaningrat, N. W. S., & Kurniawan, Y. (2024). The Impact of Financial Influencers, Social Influencers, and FOMO Economy on the Decision-Making of Investment on Millennial Generation and Gen Z of Indonesia. *Journal of Ecohumanism*, 3(3), 1319–1335.
<https://doi.org/10.62754/joe.v3i3.3604>
- Maulida, A.-Z., & Sari, S. P. (2023). Behavioral Finance and Financial Literacy Affecting Investor Millennial Decision Making Process on Sharia Stock.
- Mustika Wanda, E. (2024). Pengaruh Literasi Digital Pada Generasi Z Terhadap Pergaulan Sosial Di Era Kemajuan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(12), 1035–1042.
<https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i12.1078>
- Mustofan, F. J., & Kurniawati, L. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana.
- Nengsih, T. A., & Putri, P. S. (2021). Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah: Studi empiris di kota Jambi.
- Nudia, D. (2022). Emas Sebagai Instrumen Investasi Jangka Panjang. *Shar-E : Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 8(1), 177–187.
<https://doi.org/10.37567/shar-e.v8i1.1297>
- OJK. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan*.

- Pegadaian. (2025). *Apa itu Pegadaian Tabungan Emas?*
[https://www.pegadaian.co.id/produk/tabungan-emas#:~:text=Bagaimana%20cara%20menabung%20emas%20\(top,gram%20per%20hari%20per%20CIF.](https://www.pegadaian.co.id/produk/tabungan-emas#:~:text=Bagaimana%20cara%20menabung%20emas%20(top,gram%20per%20hari%20per%20CIF.)
- Pindyck, R. (2013). *Microeconomics*. The Pearson series in economics.
- Putri Susanto, K., Candra Mandagie, W., Endri, E., & Wiwaha, A. (2024). Financial literacy, technological progress, financial attitudes and investment decisions of Gen Z Indonesian investors. *Investment Management and Financial Innovations*, 22(1), 25–34. [https://doi.org/10.21511/imfi.22\(1\).2025.03](https://doi.org/10.21511/imfi.22(1).2025.03)
- Rahma, A. P., & Canggih, C. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Investasi Emas. 4.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sahabat Pegadaian. (2024). *Mengapa Pegadaian Tabungan Emas?*
<https://sahabat.pegadaian.co.id/produk-pegadaian/tabungan-emas>
- Sahil, I. (2021). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Investasi. *Al-tsaman : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 3(1), 152–161. <https://doi.org/10.62097/al-tsaman.v3i1.503>
- Salim, A. (2020). Strategi Produk Tabungan Emas Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Pangkep. *Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Salim, J., & Kom, S. (2010). *Jangan Investasi Emas Sebelum Baca Buku Ini*. VisiMedia.
- Sanjaya. (2015). Pengaruh Promosi dan Merek terhadap Keputusan Pembelian pada PT. SINAR SOSRO Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 16(Vol. 16), 108–121.
- Schiffman, L., O'Cass, A., Paladino, A., & Carlson, J. (2013). *Consumer behaviour*. Pearson Higher Education AU.
- Sholeh, M. (2024). Emas Sebagai Instrumen Investasi yang Aman Pada Saat Instrumen Investasi Keuangan Lain Mengalami Peningkatan Resiko.
- Sholikah, M., & Wibowo, E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Persepsi Kemudahan dan Gaya Hidup Gen Z terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay (Survei pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta).
- Simamora, B. (2002). *Panduan riset perilaku konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.

- Situmeang, I. R. V. O. (2021). Hakikat filsafat ilmu dan pendidikan dalam kajian filsafat ilmu pengetahuan. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 1–17.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *ALFABETA*, 55–227.
- Tempo.co. (2025). *Penjelasan Dirut Pegadaian Soal Berbagai Faktor Penyebab Kenaikan Harga Emas*. <https://www.tempo.co/ekonomi/penjelasan-dirut-pegadaian-soal-berbagai-faktor-penyebab-kenaikan-harga-emas-1223472>
- Thapa, B., & Shah, A. K. (2020). Factors Influencing Investment Decisions in Gold. *Journal of Business and Social Sciences Research*, 5(2), 52–62. <https://doi.org/10.3126/jbssr.v5i2.35234>
- Trading Economics. (2025). *Emas* [Dataset]. <https://id.tradingeconomics.com/commodity/gold>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). A model of the antecedents of perceived ease of use: Development and test. *Decision Sciences*, 27(3), 451–481.
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen. *maliyah*, 01(01).

