

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Abu Dawud, S. A. (n.d.). *Sunan Abī Dāwūd*. Beirut: Dār al-Risālah.
- Abu Dawud. (2009). *Sunan Abu Dawud*. Riyadh: Darussalam.
- Adila, N., Ridhwan, Amri, A. D., & Saputra, R. (2024). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Indonesia Kabupaten Sarolangun. *Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 4(1), 14–27.
- Ahda, S. N. (2023). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Keputusan Nasabah Cicil Emas di BSI KCP Pasar Cempaka. Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Al-Khattabi. (n.d.). *Ma‘ālim as-Sunan Syarḥ Sunan Abī Dāwūd*. Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah.
- Amanu, N., Khalil, J., & Anwar, S. (2021). Kajian Fiqih Berbasis Margin Murabahah Dan Kaitannya Dengan Risiko Reputasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(01), 501–512.
- Amstrong, dan Kotler 2003, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Anggraini, H. F. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Produk Cicil Emas di Bank Syariah. *Skripsi, IAIN Metro*.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Kalimantan Selatan. (2023). *Statistik ekonomi dan keuangan daerah Kalimantan Selatan 2023*. BPS Kalimantan Selatan.
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Stabilitas Sistem Keuangan 2023*. Bank Indonesia.
- Baur, Dirk G. and Lucey, Brian M., *Is Gold a Hedge or a Safe Haven? an Analysis of Stocks, Bonds and Gold* (February 1, 2009). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=952289> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.952289>

- Bramastuti, Novia. 2009. Pengaruh Prestasi Sekolah dan Tingkat Pendapatan Terhadap Motivasi Berwirausaha. Surakarta: CV. Media Abadi.
- Case, K. E., & Fair, R. C. (2017). Principles of economics (12th ed.). Pearson.
- Case, K. E., & Fair, R. C. (2017). Principles of economics (12th ed.). Pearson.
- Darsini, Fahrurrozi, & Cahyono, E. A. (2019). Pengetahuan ; Artikel Review. Jurnal Keperawatan, 12(1), 97.
- Darsini, Fahrurrozi, & Cahyono, E. A. (2019). Pengetahuan ; Artikel Review. Jurnal Keperawatan, 12(1), 97.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). Consumer Behavior (8th ed.). Dryden Press.
- Fachrurrozi, R. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian produk Kawasaki Ninja 250 cc di Semarang (Studi Pada PT. Sinar Gemala Sakti Semarang). Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Faisal, S. (1990). Format-format Penelitian Sosial. Jakarta: Rajawali Press.
- Fatkhurrohman, M., & Susilowati, N. (2018). Analisis Harga Emas dan Minat Investasi Masyarakat. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 6(1), 22–30.
- Furwanti, R. (2020). Harga Jual Dan Tingkat Margin: Preferensi Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah Bmt As'Adiyah Sengkang. BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah, 2(1), 95–106. <https://doi.org/10.35905/banco.v2i1.1331>
- Gain, Robert, dkk, “ Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gischa, S. (2020). Harga: Konsep, Tujuan, dan Metode Penetapannya. Kompas.Com.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. Jurnal Bisnis Administrasi, 06, 37–43.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. Jurnal Bisnis Administrasi, 06, 37–43.
- Hasan, A. (2013). Marketing dan Case Study Bisnis Syariah. Jakarta: Kencana
- Hasan, M. I. (2002). Pokok-Pokok Materi Statistik 1. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). Consumer Behavior: Building Marketing Strategy (11th ed.). McGraw-Hill.

- Houthakker, H. S. (1957). An international comparison of household expenditure patterns, commemorating the centenary of Engel's Law. *Econometrica*, 25(4), 532–551. <https://doi.org/10.2307/1905382>
- Ibnu Katsir. (2000). *Tafsir Ibnu Katsir (Jilid 1)*. Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i.
- Ibnu Qudamah. (n.d.). *Al-Mughnī*. Kairo: Maktabah al-Qāhirah.
- Ibnu Taimiyah. (n.d.). *Majmū' al-Fatāwā*. Madinah: Mujamma' al-Malik Fahd.
- Isa, Muzakar., Mardalis, Ahmad., dan Mangifera, Liana. (2018). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Makanan Dan Minuman Di Warung Hik. *Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* Vol.20, No.1.
- Ismail. (2020). *Perbankan syariah. Kencana*.
- Karim, A. A. (2006). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Karim, A. A. (2010). *Bank Islam: Analisis fiqh dan keuangan (4th ed.)*. Rajawali Pers.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2024). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment, interest, and money*. Macmillan.
- Khodijah, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2023). Implementasi Bauran Pemasaran Syariah Pada Kosmetik Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perspektif Islam. *Juremi : Jurnal Riset Ekonomi*, 2(6), 736–744. <https://doi.org/10.2307/2589625>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Lestari, W. N. (2025). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Cluster Bandung Timur.
- Linanda, P. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Margin Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah (Studi Kasus Bank Umum Syariah periode 2009- 2015). *Jurnal Universitas Oso Indonesia*, 218–229.
- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (2002). *Consumer Behavior: Concepts and Applications (4th ed.)*. McGraw-Hill.

- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of microeconomics* (8th ed.). Cengage Learning.
- Mankiw, N. G. (2019). *Macroeconomics* (10th ed.). Worth Publishers.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Mardikaningsih, R., & Putra, A. R. (2021). Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Berdasarkan Ekuitas Merek. *Bisman*, 4(2), 85–98.
- Mardikaningsih, R., & Putra, A. R. (2021). Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Berdasarkan Ekuitas Merek. *Bisman*, 4(2), 85–98.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Meidi, A. R., Amir, A., & Isnaeni, N. (2024). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan, Promosi dan Harga Emas Terhadap Keputusan Mitra Bank Berinvestasi Emas di BSI Kota Jambi. *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(4), 142–155.
- Meidi, A. R., Amir, A., & Isnaeni, N. (2024). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan, Promosi dan Harga Emas Terhadap Keputusan Mitra Bank Berinvestasi Emas di BSI Kota Jambi. *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(4), 142–155.
- Mishkin, F. S. (2019). *The economics of money, banking, and financial markets* (12th ed.). Pearson.
- Moena, A. (2016). Pengaruh Pendapatan dan Pendidikan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Investasi Emas di BSM KC Warung Buncit (Vol. 4, Issue June).
- Moena, A. (2016). Pengaruh Pendapatan dan Pendidikan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Investasi Emas di BSM KC Warung Buncit (Vol. 4, Issue June).
- Monroe, K. B. (1990). *Pricing: Making profitable decisions* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Nagle, T. T., & Holden, R. K. (2002). *The strategy and tactics of pricing* (3rd ed.). Prentice Hall.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Ilmu Kesehatan Masyarakat: Prinsip-Prinsip Dasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Oktarina, A. (2019). Peran Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.

- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Laporan tahunan Otoritas Jasa Keuangan 2023. OJK RI.
- Pembelian Konsumen Vodkasoda”. *Performe Jurnal Manajemen dan Start – Up Bisnis*. Vol. 2. no. 2
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (9th ed.). McGraw-Hill.
- Peter, P, J, & Olson, Jerry, C. (2009). *Costumer Behavior*. Jilid 2, Edisi Kelima (alih bahasa Damos Sihombing). Jakarta: Erlangga.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Rahmawati, N., & Budisantoso, T. (2016). Pengaruh Brand Image dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Ramadhan, D. (2024). Pengaruh Tingkat Margin, Kualitas Pelayanan, Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Keputusan Membeli Rumah Berbasis Pembiayaan Syariah.
- Safitri, N. R., & Waluyo, R. D. (2024). Pengaruh fluktuasi harga emas, promosi, dan tingkat pendapatan terhadap keputusan nasabah PNS dalam membeli produk cicil emas Bank Syariah Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen (SNAM)*, 7(1), 205–214. Politeknik Negeri Jakarta.
- Safitri, S. Della. (2016). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi, Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Keputusan Nasabah Pegawai Negeri Sipil Dalam Membeli Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2004). *Economics* (18th ed.). McGraw-Hill Education.
- Santoso, Singgih. 2014. *Panduan Lengkap Menguasai Statistik dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Semaun, S., Bachtiar, W., Tinggi, S., Islam, A., & Email, P. (2019). Analisis Perbandingan Penentuan Profit Margin pada Bank Syariah dan Bunga pada Bank Konvensional. *Jurnal Hukum Diktum*.

- Semaun, S., Warda, D., Sekolah, B., Agama, T., & Negeri, I. (2015). Analisis Perbandingan Penentuan Profit Margin Pada Bank Syariah Dan Bunga Pada Bank Konvensional
- Sitorus, M. (2024). Pengaruh Tingkat Margin, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Murabahah Usaha Mikro Sektor Dagang (Studi Kasus BPRS Pudurta Insani). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(1).
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia.
- Suryana. (2010). *Investasi Logam Mulia: Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Swastha, Basu dan Sukotjo, Ibnu. 2007. *Pengantar Bisnis Modern edisi 3*. Liberty Yogyakarta. Yogyakarta.375 hal.
- Syamsarina, S., & Yusuf, M. (2022). Implikasi Kebijakan Merge Bank Syariah Indonesia terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA*, 1(1), 01–17. <https://doi.org/10.32939/acm.v1i1.1823>
- Tandelilin, E. (2017). *Portofolio dan investasi: Teori dan aplikasi*. Kanisius
- Tyson, E. (2011). *Investing for Dummies 6th Ed*. John Wiley & Sons, Hoboken.
- Varian, H. R. (2014). *Intermediate microeconomics: A modern approach* (9th ed.). W.W. Norton.
- Wilson, J.A.J. (2012). The New Wave of Transformational Islamic Marketing. *Journal of Islamic Marketing*.
- World Gold Council. (2023). *Gold market commentary*. World Gold Council.
- World Gold Council. (2024). *Gold Demand Trends 2024*. World Gold Council.
- Zaelani, R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia Kc. Rogojampi. Ribhuna: *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 014-024. Retrieved from <https://ejournal.iaibrahimy.ac.id/index.php/ribhuna/article/view/1250>