



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**“PENGARUH PROMOSI, PELAYANAN DAN NILAI TAKSIRAN TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK GADAI EMAS DI PT.
PEGADAIAN UPC TRENGGALEK”**

Oleh:

Luki Ayu Kusumaningsih (2012010271)

Dr. Ema Nurzainul H, M.M (0727127801)

Itot Bian Raharjo, S.Pd., SE, M.M (0718118401)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

MEI 2024

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Pengaruh Promosi, Pelayanan, dan Nilai Taksiran terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Dadai Emas di PT. Pegadaian UPC Trenggalek"
2. Ketua
 - a. Nama lengkap : Luki Ayu Kusumaningsih
 - b. NPM : 2012010271
 - c. Fak./Prodi : FEB/Manajemen
 - d. Alamat rumah : RT 30 RW 07, Ds. Pringapus, Kec. Dongko, Kab. Trenggalek
 - e. Telp./HP : 081232510090
 - f. E-mail : lukyayu17@gmail.com
3. Dosen pembimbing 1
 - a. Nama Lengkap : Dr.Ema Nurzainul H, M.M.
 - b. NIDN : 0727127810
4. Jangka wkt penelitian : 6 bulan
5. Pembiayaan :
 - a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri Rp. -
 - b. Dari sumber lain Rp 15.000.000
 - Jumlah seluruhnya Rp 15.000.000

Kediri, 14 Juni 2024

Mengetahui,
Kaprosdi Manajemen,


Restin Meilina M.M.
NIDN. 0721058605

Ketua,


Luki Ayu K.

NPM. 2012010271

Menyetujui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini dengan baik.

Laporan penelitian ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Dengan tersusunnya laporan ini, maka penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dalam memberikan baik kontribusi maupun dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan penelitian ini. Maka dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan YME atas segala berkat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini.
2. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan penelitian ini.
3. Bapak Dr. Zainal Afandi selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
5. Ibu Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Prodi Manajemen.
6. Ibu Dr Ema Nurzainul Hakimah, M.M. selaku dosen pembimbing 1.
7. Bapak Itot Bian Raharjo, S.pd., SE., M.M. selaku dosen pembimbing 2.

9. Seluruh teman-teman yang telah memberikan inspirasi dan dukungan untuk penulis agar dapat menyelesaikan penelitian.

Laporan penelitian ini tentunya tidak luput dari kesalahan dan kekurangan dari penulis, maka dari itu penulis pribadi selalu berusaha untuk menuntut diri agar dapat untuk melakukan lebih baik ke depannya dan menyadari bahwa banyak hal yang disampaikan penulis masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, maka kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk dapat menyempurnakan laporan ini sehingga dapat menjadi bahan referensi dan kajian di kemudian hari. Akhirnya, disertai harapan semoga laporan penelitian ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 14 Juni 2024



Luki Ayu Kusumaningsih

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, pelayanan dan nilai taksiran baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas pada pegadaian UPC Trenggalek. Metode yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kuantitatif dengan alat analisis regresi linier berganda. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah yang melakukan pembiayaan gadai emas. Sampel ditentukan sebanyak 80 responden yang diambil menggunakan teknik *purposive* sampling. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel promosi, pelayanan, dan taksiran secara parsial terhadap keputusan nasabah. Sedangkan uji F digunakan untuk melihat pengaruh secara bersama seluruh variabel independent ke variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi (X1), pelayanan (X2), dan nilai taksiran (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas (Y) baik secara terpisah (parsial) maupun secara bersama-sama (simultan).

Kata kunci : Gadai emas, promosi, pelayanan, nilai taksiran, dan keputusan nasabah

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
RINGKASAN	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Tujuan Penelitian	6
BAB II : KAJIAN TEORI	7
A. Keputusan Nasabah	7
B. Promosi	10
C. Pelayanan	13
D. Nilai Taksiran	18
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	22
A. Metode Penelitian	22
B. Proses Pengumpulan Data	22
C. Sasaran Penelitian	23
D. Instrumen Penelitian	23
E. Prosedur Analisis Data	25
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
A. Hasil Penelitian	29
B. Pembahasan	37
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	42
A. Kesimpulan	42
B. Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Gadai Emas PT. Pegadaian UPC Trenggalek Tahun 2023	5
Tabel 2.1	Perhitungan Nilai Taksiran Gadai Emas	20
Tabel 3.1	Uji Validitas.....	25
Tabel 3.2	Kriteria Hasil Uji Reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i>	26
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i>	26
Tabel 4.1	Responden Penelitian Berdasarkan Beberapa Kriteria	30
Tabel 4.2	Hasil Uji Kelayakan Instrumen Penelitian	31
Tabel 4.3	Sebaran Jawaban Responden	32
Tabel 4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik Penelitian	34
Tabel 4.5	Hasil Uji <i>t-test</i> Model Regresi	35
Tabel 4.6	Hasil Uji <i>f-test</i> Model Regresi	36
Tabel 4.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Surat Ijin Penelitian di PT. Pegadaian UPC Trenggalek.....	48
Lampiran 2.	Surat Balasan/Keterangan telah Melakukan Penelitian dari PT. Pegadaian UPC Trenggalek	49
Lampiran 3.	Instrumen Penelitian dan Tabulasi Angket Penelitian	50
Lampiran 4.	Tabulasi Angket Penelitian	54
Lampiran 5.	Dokumentasi	62
Lampiran 6.	Artikel yang Dipublikasi	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia selama hidupnya memiliki berbagai kebutuhan yang harus dipenuhi, baik kebutuhan yang bersifat materi maupun non materi. Sebagai perwujudan dalam memenuhi kebutuhan tersebut manusia berusaha untuk bekerja maupun mencari solusi keuangan dari pihak lain seperti lembaga keuangan maupun perbankan yang menawarkan kebutuhan dana darurat. Salah satu alternatif yang ditawarkan bagi masyarakat untuk keluar dari masalah keuangan tersebut adalah dengan memanfaatkan jasa gadai. Gadai merupakan proses yang dilakukan dua orang (pihak) dimana satu orang bertindak sebagai pemilik atas barang yang bergerak sekaligus pihak yang berpiutang dana diperoleh seorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak. Gadai adalah hak yang diserahkan oleh seorang atau pihak lain atas nama orang yang kemudian berkedudukan sebagai yang berpiutang atas barang (harta) bergerak, dan dengan pemberian hak tersebut diberikan pula kekuasaan untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut, dengan mengecualikan biaya untuk melelang dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkan setelah barang itu digadaikan (Rentiwi, 2020).

Lembaga yang melakukan praktik gadai selanjutnya disebut dengan pegadaian. Perum pegadaian merupakan satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi memiliki izin untuk melaksanakan kegiatan

pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana kepada masyarakat atas dasar hukum gadai (Martinus et al, 2022). Salah satu perkembangan produk pegadaian yang lazim digunakan adalah gadai emas. Produk gadai emas ada/dibentuk dengan tujuan memenuhi kebutuhan masyarakat dengan prinsip tolong menolong. Hal ini karena dengan adanya produk gadai emas yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian membantu banyak masyarakat, contohnya nasabah yang mayoritas adalah ibu-ibu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan mendesak lainnya. Gadai emas erat dengan nasabah ibu-ibu karena umumnya pada masyarakat Indonesia, emas lebih lazim digunakan atau dimiliki oleh kaum perempuan atau ibu-ibu, terutama di wilayah pedesaan.

Sebagai lembaga yang memberikan layanan keuangan diantara banyak lembaga lain dengan layanan yang sejenis, pegadaian memerlukan media promosi guna menarik konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Promosi bagi perusahaan juga dapat menjadi jalan untuk mengenalkan produk yang mereka miliki kepada calon konsumen. Promosi adalah kegiatan yang penting untuk dilaksanakan perusahaan dalam memasarkan produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan (Togodly & Tumbel, 2022). Menurut (Purbohastuti, 2017). Strategi pemasaran diartikan sebagai perencanaan awal dari sebuah aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan minat beli konsumen dengan menawarkan produk kepada konsumen. Dengan kata lain promosi atau strategi pemasaran dilakukan

produsen dalam rangka untuk menarik minat konsumen sebagai calon pembeli dan/atau pengguna atas barang/jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Aliami et al 2018) promosi menjadi hal yang penting bagi pelaku usaha maupun organisasi. Dalam penelitian tersebut dinyatakan bahwa promosi yang dilakukan oleh perusahaan *start-up* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan perusahaan tersebut. Namun demikian proses promosi juga harus selalu di *maintenance* atau dikelola untuk memaksimalkan hasilnya dalam mempengaruhi pendapatan perusahaan.

Selain promosi, minat konsumen dapat ditarik atau dipicu dengan memberikan pelayanan yang optimal. Dengan sistem pelayanan yang bagus dan sesuai standar, diharapkan konsumen nyaman dengan apa yang produsen berikan sehingga dikemudian hari akan melakukan pembelian ulang atau bahkan melakukan rekomendasi pada orang sekitar sehingga mendatangkan lebih banyak konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Kualitas pelayanan itu sendiri diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Dewi, 2018).

Minat konsumen terhadap barang/jasa juga dapat tumbuh ketika harga atau nilai yang ditawarkan oleh produsen sesuai atau memenuhi ekspektasi yang diharapkan konsumen, termasuk pada bidang usaha keuangan (gadai). Konsumen akan cenderung untuk memilih produsen yang mampu memberikan tawaran harga tertinggi atas barang yang konsumen tawarkan

sebagai jaminan (gadai) dibandingkan dengan produsen yang memiliki penilaian lebih rendah terhadap barang yang sama. Nilai taksiran dan minat untuk melakukan gadai emas menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan (Putri, 2022). Ketika nilai taksiran yang ditawarkan atas emas atau barang berharga lainnya yang akan digadai oleh konsumen tinggi, maka minat konsumen untuk melakukan gadai terhadap barang tersebut juga akan semakin tinggi.

Pegadaian UPC Trenggalek menjanjikan untuk memberikan kenyamanan, kemudahan serta keamanan bagi nasabah yang diwujudkan dari pelayanan karyawan yang sopan, ramah, tanggap, profesional serta mampu melayani dengan cepat dan tepat pada tiap proses yang diadepertukan dalam pengajuan gadai maupun jasa lainnya. Selain itu, PT. Pegadaian UPC Trenggalek juga menawarkan kemudahan transaksi dengan aplikasi berupa PDS (*Pegadaian Digital Service*), sehingga nasabah bisa melakukan dan menggunakan layanan pegadaian meliputi membayar tagihan, perpanjangan tenor pinjaman, maupun menabung tanpa harus datang langsung ke kantor pegadaian (www.Pegadaian.co.id).

PT. Pegadaian UPC Trenggalek berlokasi di Jalan Veteran nomor 29, Sosutan, Ngantru Trenggalek. Dengan jumlah nasabah yang cukup besar pada tiap tahunnya dikisaran 1.220 hingga 1.600 nasabah pada tiga tahun terakhir terhitung mulai tahun 2021 hingga tahun 2023 seperti yang terlihat pada tabel di bawah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Tabel Jumlah Nasabah Gadai Emas PT. Pegadaian
UPC Trenggalek Tahun 2023

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2021	1283
2	2022	1371
3	2023	1693

Sumber data: wawancara pihak pegadaian UPC Trenggalek, 2023

Berdasarkan hasil observasi peneliti terhadap PT. Pegadaian UCP Trenggalek diketahui bahwa nasabah produk gadai emas mengalami peningkatan pada tahun 2023. Banyaknya permintaan gadai emas dari masyarakat ini dapat dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku bisnis dengan menyediakan jasa atau produk layanan yang menyerupai gadai emas yang kemudian membuat masyarakat selaku konsumen memiliki cukup banyak pilihan untuk melakukan gadai emas. Hal tersebut pada akhirnya akan menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk memilih lembaga mana yang akan digunakan. Dengan kata lain akan semakin banyak lembaga-lembaga lain yang menawarkan jasa gadai emas sebagai pesaing dari PT. Pegadaian.

Kondisi tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi PT. Pegadaian UCP Trenggalek untuk mampu bersaing dalam menarik keputusan konsumen untuk menggunakan jasa gadai emas dengan mempertimbangkan beberapa aspek seperti promosi, pelayanan (kualitas pelayanan) dan nilai taksiran yang dinilai dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk gadai emas di PT. Pegadaian. Pengelolaan perusahaan yang baik pada akhirnya akan membawa hasil yang baik pula bagi keberlangsungan perusahaan maupun orang-orang di dalamnya. Menurut Jami'an dan Sardato

(2023) tata kelola perusahaan yang baik dapat menurunkan permasalahan yang timbul dari internal dan eksternal suatu perusahaan. Hal serupa juga berlaku pada tingkat permintaan produk dari konsumen.

Semakin konstan atau meningkat permintaan konsumen akan barang yang ditawarkan perusahaan maka keberlangsungan perusahaan juga akan terjaga. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai keputusan konsumen dalam memilih produk gadai emas di PT. Pegadaian UPC Trenggalek ditinjau dari promosi, pelayanan (kualitas pelayanan) dan nilai taksiran.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi, pelayanan serta nilai taksiran dalam mempengaruhi keputusan gadai emas di PT. Pegadaian UPC Trenggalek.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliami, S., Hakimah, E., N., & Fauji, D., A., S. (2018). Dampak Pengembangan Pemasaran Digital pada Startup's (Studi Kasus pada Wirausaha Baru). *EkoNika: Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*. Vol. 3 (1). p:73-87.
- Anisa, S. (2020). Pengaruh Promosi, Nilai Taksiran, Pelayanan dan Pembiayaan Pemeliharaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Pelayanan Jasa Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Unit Cabang Kamal). *Jurnal STKIP PGRI Bangkalan*.
- Asrizal Efendy Nasution dan Muhammad Taufik Lesmana. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konseumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*. Vol. 1.
- Cahyo, Z., F., E. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Taksiran dan Bauran Promosi terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Gadai Emas di Pegadaian UPC Cilongkok. *Skripsi*. Diterbitkan. Fakultas Ekonomu dan Bisnis Islam. Universitas Islam Prof. KH. Saifudin Zuhri: Purwokerto.
- Dewi, Y. (2018). Taksiran Biaya Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Pada Pembiayaan Gadai Emas Syariah.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Hazirah, M., Suprihatini, L., & Kusasi, F. (2019). Pengaruh Nilai Taksiran, Kualitas Produk, Promosi dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan KCA di PT. X. *Jurnal Universitas Maritim Raja Ali Haji*.
- Jami'an, A., D. & Sardanto, R. (2023). Analysis of the Application of Good Corporate Governance (GCG) Principle in Family Business. *IC-EMBus: International Conference on Economy, Management, and Business*. Vol. 1, p: 2062-2070.
- Kartika, L. Salman, M. & Harapab, A., Y. (2023). Determinan Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Rahn pada PT. Pegadaian Syariah Sungai Liput. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra (JMAS)*. Vol. 4, No. 5. p: 261-274. e- ISSN : 27970086, p- ISSN : 27970434.
- Kotler, P., & Armstrong, G., (2016). *Principles of Marketing, Sixteen Edition*. London: Pearson Education Limited.
- Marlinton, S. & Muslih, B. (2023). Exploration of teh SCAMPER Method to Encourage MSME Business Sustainability Banana RM Kediri. *IC-EMBus: International Conference on Economy, Management, and Business*. Vol. 1, p:1371-1380.

- Martinus, H., A., Hapzi, A., & Fransiskus, D., S., S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan: Analisis Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen (Literature Review). *Jurnal Ilmu Multidisplin*. Vol. 1, No. 2, p: 368–379.
- Matondang, L. (2018). Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.
- Ni'am, K., Purnomo, J., P. & Hidayati, N., N. (2020). Pengaruh Marketing, Nilai Taksiran dan Biaya Titip pada Gadai Emas terhadap Minat Nasabah Menggunakan Fasilitas Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Tuban. *Jurnal Lisan Al-Hal*. Vol. 14, No. 1. p: 1-38.
- Ningsih, N., S. (2023). Penggunaan Keunggulan Produk, Kualitas Pelayanan dan Nilai Taksiran terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Gadai Emas (Studi Kasus Bank Syariah Indoensia KCP Tegal Slawi). *Skripsi*. Diterbitkan. Fakutlas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid: Pekalongan.
- Ningsih, N., S. (2023). Penggunaan Keunggulan Produk, Kualitas Pelayanan dan Nilai Taksiran terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Gadai Emas (Studi Kasus Bank Syariah Indoensia KCP Tegal Slawi). *Skripsi*. Diterbitkan. Fakutlas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid: Pekalongan.
- Nurhasana, R. & Muslih, B. (2023). Customer Behavior: How to Important is Digital Marketing in Attracting Buying Interest? *IC-EMBus: International Conference on Economy, Management, and Business*. Vol. 1, p: 1585-1594.
- Pelin, B., M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Banda Aceh Daud Beureueh 2. 8.5.2017, 2003–2005.
- Pratiwi, D. & Leksono, P. Y. (2023). Analysis of Customer Value, Promotion, and Customer Experience on the Decision to Purchase Perdana XL Card at PDRI Kediri Nusantara University Student. *IC-EMBus: International Conference on Economy, Management, and Business*. Vol. 1, p: 1485-1496.
- Purbohastuti A., W. (2017). Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *J. Tirtayasa Ekon.*, vol. 12, no. 2.
- Putri, S., P. (2022). Pengaruh Nilai Taksiran, Ujrah dan Promosi terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus pada Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam). *IRSYADUNA: Jurnal Studi Kemahasiswaan*. Vol. 2, No. 1. p: 127-139. P-ISSN : 2777-1490 E-ISSN : 2776-5393.
- Rahmawati, A., L. & Mutmainah, K. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Gadai Pegadaian Syariah (Studi Kasus pada

- Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang). *Journal of Economic and Engineering (JEBE)*. Vol. 1, No. 2, p: 209-220. E-ISSN: 2716-2583.
- Rahmawati, A., L. & Mutmainah, K. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Gadai Pegadaian Syariah (Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang). *Journal of Economic and Engineering (JEBE)*. Vol. 1, No. 2, p: 209-220. E-ISSN: 2716-2583.
- Rentiwi, E., (2020). Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran terhadap Keputusan Nasabah pada Produk Gadai Emas dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pengadaian Syariah CPS Radin Intan Bandar Lampung). *Skripsi*. Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Univeritas Islam Negeri Raden Intan: Lampung.
- Romadhon, E., J., & Hakimah, E., N. (2021). Pagaruh Kinerja Sales Retail, Personal Branding dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Saus Jawa. *SENMEA: Seminal Nasional Manajemen, Ekonomi da Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri*. p: 143-147.
- Sangadji, E.M. & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Santoso, E., Hakimah, E., N., & Ratnato, S. (2023). Prespektif Pelaku UMKM dalam Meningkatkan Kualitas Produk untuk Menciptakan Kepuasan da Loyalitas (Studi Kasus Usaha Tahu Bapak Matnnuri). *SENMEA: Seminal Nasional Manajemen, Ekonomi da Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri*. p: 591-600.
- Seftiani, A. (2018). Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-biaya, dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah pada Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi pada Pegadaian SYariah KCP Raden Intan). *Skripsi*. Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan: Lampung.
- Septiana, A. & Aqilah, S., N. (2019). Tinjauan Paket Promo Bagi Ibu Rumah Tangga Dalam Perilaku Konsumsi (Studi Kasus Matahari Departement Store Bangkalan Plaza). *Jurnal Ilmu Dan Pendidikan Ekonomi Sosial*. Vol. 2, p: 97–99.
- Shodiq, M., F. & Muslih, B. (2023). Why Use CM, SEO dan SMM: How Far Digital Marketing Strategies Influence Purchase Decision ? *IC-EMBus: International Conference on Economy, Management, and Business*. Vol. 1, p: 1561-1572.
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Situmorang, & Lutfi, S., H., M. (2012). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.

- Sofianah, H. & Hakimah, E., N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Pawon Ngampon Trenggalek. *SENMEA: Seminal Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri*. p:471-476.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukamulja, S. (2017). *Pengantar Pemodelan Keuangan dan Analisis Pasar Modal*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi Offset.
- Togodly, E. Tarore, H., S. & Tumbel, T., M. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Serba Usaha Baliem Arabica Di Kabupaten Jayawijaya Elisabet. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 2, No. 1, p: 1–8.
- Triasih, R. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Social Media Dan Word of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Melakukan Pembiayaan. Skripsi. Diterbitkan. Lampung: UIN Raden Intan. *Skripsi*, 1–129.
- Wardhana, M., Q. (2023). Pengaruh Nilai Taksiran, Ujrah dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Madiun Agus Salim Melakukan Gadai Emas. *Skripsi*. Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri: Ponorogo.