

DAFTAR REFERENSI

- Andi, Remerta, dan Skolastika (2021). “E-Government : Efektivitas Pelayanan Aplikasi Pegadaian Digital Service Syariah Di Pegadaian Cabang Malang E-Government”
- Bala, Madhu, and Mr Deepak Verma. (2018). “A Critical Review of Digital Marketing Paper Type:-Review and Viewpoint.” *International Journal of Management* 8(10): 321–39.
- Bataineh, Abdallah Q. (2020). “The Impact of Perceived E-WOM on Purchase Intention : The Mediating Role of The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention : The Mediating Role of Corporate Image.” (June).
- Bataineh, Abdallah Q. (2015). The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image. *International Journal of Marketing Studies*; Vol. 7, No. 1; 2015. Published by Canadian Center of Science and Education
- Fatihudin, Didin et all. (2020). *Kapita selekta metodologi penelitian*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Habibah, Nunung Uswatun, and Ciamis Indonesia. (2017). “PERKEMBANGAN GADAI EMAS KE INVESTASI EMAS PADA.” 1(1): 81–97.
- Hasan, Ali. (2017). *Word Of Mouth Marketing*. yogyakarta: MEDPRESS.
- Hasni, Fikria, Ikhwan Hamdani, and Suyud Arif. (2022). “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah Cabang Bogor Baru.” 5(2): 195–210.
- Hendrawan, Andi et al. (2019). “Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri Di Kecamatan Bantasari Cilacap.” *Jurnal Administrasi dan Kesekretarisan* 4(1): 53–60. <http://www.jurnal.stiks->

tarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189/136.

Ismaulina, Nurhikmah (2020). “Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas Pada Pegadaian Syariah Takengon Factors That Influence Customer’S Interest in Choosing Gold Savings of Pegadaian Syariah Takengon.” *Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah* 2(1): 1–11.

Tirtomulyo (2020). “Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat PAKEM Volume 2 Nomor 2, September 2020.” 2(September): 110–21.

Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. (2019). “Marketing 4.0: Bergerak Dari Tradisional Ke Digital | Philip Kotler,.” *Book*: 206. <https://book.asia/book/5594406/b5bd48> Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. (2016). *15E Marketing Management Global Edition New jersey*: John Wiley & Sons,Inc.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. (2009). *15E Manajemen Pemasaran edoisi tiga belas jilid 2*,Jakarta: ERLANGGA.

Kurniawan, Agung, and Zarah Puspitaningtyas. (2016). *4 Philosophy of Science Metode Penelitian Kuantitatif*. yogyakarta: PANDIVA BUKU.

Latief, Rusman (2018). *WORD OF MOUTH COMMUNICATION PENJUALAN PRODUK*. Surabaya.

Muti’ah dan Anwar. (2021). “Jurnal Fair Value.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 04(01): 27–39.

Rasyid, Muhamad. (2020). “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Ditinjau Dari Aspek Personal Interest Dan Faktor Lingkungan Terhadap Kesadaran Investasi (Studi Kasus Pada Usia Produktif Di Kota Bandung).” *Jurnal Mitra Manajemen* 4(2): 225–35.

Rinwatin, and Taufiq Andre Setiyono. (2021). “MINAT GENERASI Z DALAM

BERINVESTASI TABUNG EMAS JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen ,
Ekonomi , Dan Akuntansi).” *JIMEA / Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi,
dan Akuntansi)* 5(2):203–11.

Utamy, Novelia (2017) Strategi Promosi. “Strategi Promosi Pemasaran.”, JAKARTA:
UNIVERSITAS MUHAMADIYAH.

Saputra, Gede Wisnu, and I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. (2020). “Pengaruh Digital
Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan
Pembelian.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9(7): 2596.

Sari, Santy Permata, and Universitas Flores. (2020). “Strategi Meningkatkan Penjualan
Di Era Digital.” 3(3): 291–300.

Sitompul, Yandri (2021.) “Analysis of Role of Digital Marketing to Improve Brand
Image through Brand Equity at PT Pegadaian (Persero) Labuhan Deli Sub-
Branch , Medan.” 8(August): 696–703.

Sitorus, Onny, dan Novelia (2017.) Fkip Uhamka *Strategi Promosi Pemasaran*.

Tampubolon, Dimpu. (2017). “PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) KANWIL I
MEDAN” Vol. 1 No. 2 Juli 2017.” *Ilmiah Kohesi* 1(2): 163–74.