

DAFTAR PUSTAKA

- Ain, N. N. (2021). Pengaruh Investasi Terhadap Pertumbuhan dan Pembangunan Ekonomi. *Al-tsamam: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 3(1), 162-169.
- Alam, S. (2006). *Ekonomi:-Jilid 1*. Esis.
- Almira, A., & Sutanto, J. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 250–259.
- Anindita, N. (2022). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Bisnis Gawasta (Studi Kasus Pada Toko Perhiasan Gawasta di Madiun). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(2), 12–26.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12).
<https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.292>
- Amron, A. 2018. The Influence Of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, And Price On The Consumer's Buying Decision Of MPV Cars. *Journal Of Business And Management*. vol. 14, no. 13. Hal pp. 134-144,
[URL:http://dx.doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228](http://dx.doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228).
- Aprila, B. N. (2021). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen The Correlation Between Demographic Factors and Gold Purchase Decision in Pekanbaru City in The Year of 2021* (Vol. 9, Issue 4).
<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Aprila, B. N., & Marnis, M. (2020). Analisis Pengaruh Lifestyle Marketing Terhadap Keputusan Dan Kepuasan Pembelian Perhiasan Emas Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(1), 41–59.
- Arekar, K., Somaiya, K. J., & Godbole, S. (2016). *Factors Influencing Gold*

Buying Behavior of Retail Consumers in India with Respect to Individual's Determinants.

- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4B), 433–445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Bucurean, M., & Gheorghiu, M. (2019). The influence of product quality and price on consumer purchasing decisions: Evidence from Romania. *Sustainability*, 11(6), 1586.
- Christopher, H. (2021). Analisis Pengaruh Harga Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Benua Emas Singkawang. *hectocorn*, 2(1), 68-82.
- Dewi, D. M., Nafi', M. Z., & Nasrudin, N. (2022). Analisis Peramalan Harga Emas di Indonesia pada Masa Pandemi COVID-19 untuk Investasi. *Jurnal Litbang Sukowati: Media Penelitian Dan Pengembangan*, 5(2), 38–50. <https://doi.org/10.32630/sukowati.v5i2.235>
- Dwi, D. M., Pradiani, T., & Rachmawati, I. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 8-19.
- Eisingerich, A. B., & Rubera, G. (2010). Drivers of brand commitment: A cross-national investigation. *Journal of International Marketing*, 18(2), 64–79.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Faeni, D. P., & Nugroho, S. Y. (2019). Quality of service, quality products, promotion and location on customers' behaviour decision in chosing travel

agent of “Mika tour” south Jakarta, Indonesia. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(2 Special Issue 4), 823–828. <https://doi.org/10.35940/ijrte.B1165.0782S419>

Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression and Structural Equation Models*. Asheboro, NC : *Statistical Associates Publishers*. <https://doi.org/ISBN-13:978-1-62638-039-4>.

Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Godbole, S. S., & Arekar, K. A. (2014). Retail Investors and Gold Buying Behaviour – A Perpetual Study of Indian Retail Investors. *Accounting and Finance Research*, 3(4). <https://doi.org/10.5430/afr.v3n4p99>

Godbole, S. S., & Sashidharan, G. (2019). Will Employment Effect Gold Buying? An Indian Perspective. *Theoretical Economics Letters*, 09(05), 1225–1234. <https://doi.org/10.4236/tel.2019.95079>

Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>

Herawati, Dian, S., & Prajanti, W. (2019). Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle , Product Quality and Price Through Purchase Motivation. *Journal of Economic Education*, 8(1), 1–11.

Kotler & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.

Laila, E. J. (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian jilbab rabbani di Butik Qta Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(1).

- Leguina, A. (2015). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *International Journal of Research & Method in Education*, 38(2), 220–221. <https://doi.org/10.1080/1743727x.2015.1005806>
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* (Vol. 3, Issue 2).
- Lubis, akrim ashal. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 1–11.
- Maarif, M. S., & Alam, S. (2021). The role of Islamic ethical principles in enhancing product quality. *Journal of Islamic Marketing*, 12(1), 43-57.
- Maarif, M. S., & Ulumuddin, Y. (2017). Harga dalam perspektif ekonomi Islam. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 2(2), 23-38. <https://jurnal.stainkediri.ac.id/index.php/lariba/article/view/68/56>
- Mahliza, F. (2020). Consumer Trust in Online Purchase Decision. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)-Peer Reviewed Journal*, 2. <https://doi.org/10.36713/epra2013>
- Malhotra, N. K. (2005). Riset pemasaran pendekatan terapan. *Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia*.
- Mentari, A., Armia, S., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2016). Pengaruh Faktor Demografi terhadap Keputusan Pembelian Mobil di Kota Banda Aceh dengan Persepsi Merek Mewah Sebagai Variabel Mediasi. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* (Vol. 1, Issue 1).
- Moraes, F., Yang, J., Zhang, R., & Murdock, V. (2020). The role of attributes in product quality comparisons. *CHIIR 2020 - Proceedings of the 2020 Conference on Human Information Interaction and Retrieval, October 2019*, 253–262. <https://doi.org/10.1145/3343413.3377956>

- More, K., Djuang, G., & Amaral, M. A. L. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Masyarakat Pada Toko Emas Gemilang Oeba Kota Kupang. In *Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper Fakultas Ekonomi* (pp. 264-280).
- Munte Sirmas, F., & Polewangi Daeng, Y. (2022). Pengaruh Harga , Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Saat Pandemi COVID-19 Di UKM Cap Rumah Adat Minang Medan Cap Rumah Adat Minang Medan. *Ilmiah Teknik Mesin Dan Industri (JITMI)*, 1(1), 53–68. <https://doi.org/10.31289/jitmi.v1i1.1222>
- Muthulakshmi, M. T., & Nandhini, D. M. (2019). Factors Influencing the Working Women's Buying Behavior of Gold Jewelry with Special Reference to Virudhunagar District. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(3), 1186–1189. <https://doi.org/10.35940/ijrte.C4291.098319>
- Napompech, K., & Tanpipat, A. (2010). Factors Influencing Gold Consumption for Savings and Investments by People in the Bangkok Metropolitan Area. *International Journal of Arts and Sciences*, 3(7), 508–520.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Ningsi, I., & Si, I. M. (2021). Pengaruh Harga Emas Dunia, Nilai Tukar, Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi terhadap Return Saham Sektor Keuangan di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan*, 3(1), 39-52.
- Nugroho, D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *Dealer* Tono Motor di Kota Semarang.

February, 6.

- Pongyeela, A. (2012). The Decision Making Process of Jewelry Buyers in Thailand. *Procedia Economics and Finance*, 3, 188–192. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(12\)00138-4](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(12)00138-4)
- Prasetyo, L. D., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Segmentasi Demografis dan Segmentasi Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian pada Matahari Department Store MTC Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1337–1347.
- Ridwan, M. (2018). Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan). (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*).
- Sardjono, S. (2017). *Ekonomi mikro-teori dan aplikasi*. Penerbit Andi.
- Sari, R. L., Mandey, S. L., & Soegoto, A. S. (2014). Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 1222–1232.
- Sulistyorini, O. D., & Rahardjo, S. T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Kesesuaian Harga, Citra Merek, dan Kesadaran Merek dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Strada Coffe Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 7, 1–23.
- Tambunan, K., & Widiyanto, I. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi kasus pada konsumen di Bandeng Presto Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(2), 58–66. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Tjiptono, F. (2019). Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, 103.

Wahyuni, Sri,. Pardamean, Jonianto,. (2016) : Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas Jakarta, *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 3 No. 1.

Wong, A., & Zhou, Y. (2019). The effect of gold price on gold demand: Evidence from China. *Resources Policy*, 60, 11-18.

Yoga Abdi Perdana, A. N. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tabungan Emas Pegadaian (Studi Kasus di PT Pegadaian Cabang Kalimantan) Yoga. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(6), 769–780.

Zainurossalamia, S. (2020). Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi. In *Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja*.

