

Analisis minat masyarakat terhadap produk tabungan emas di pegadaian cabang prafi

Risma Sabillatun Nisa¹, Theodorus L Herin², Odilo Dwi Suharto Fautngil Yanan³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Prafi. Tabungan emas merupakan salah satu bentuk investasi yang semakin diminati masyarakat karena menawarkan kemudahan akses, modal kecil, dan keamanan investasi dalam bentuk emas yang stabil terhadap inflasi. Namun, tingkat minat masyarakat terhadap produk ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengetahuan tentang produk, aksesibilitas layanan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap lembaga keuangan.

Metode penelitian yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan masyarakat di sekitar Pegadaian Cabang Prafi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti persepsi tentang keamanan emas sebagai aset investasi, kemudahan akses melalui platform digital, dan promosi dari Pegadaian secara signifikan mempengaruhi minat masyarakat. Di sisi lain, kurangnya pemahaman tentang produk dan keterbatasan akses digital di daerah pedesaan menjadi hambatan yang mengurangi minat investasi.

Kesimpulannya, Pegadaian Cabang Prafi memiliki peluang besar untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam tabungan emas melalui edukasi yang lebih intensif, pengembangan layanan digital yang lebih baik, serta promosi yang lebih efektif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Pegadaian dalam merumuskan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat dalam produk tabungan emas.

Kata kunci: minat masyarakat, tabungan emas, Pegadaian, investasi, faktor-faktor
Copyright (c) 2024 Risma Sabillatun Nisa

✉ Corresponding author :

*Email Address : risma35@gmail.com

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan ekonomi dan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya investasi, produk-produk investasi yang aman dan menguntungkan semakin diminati. Salah satu instrumen investasi yang terus berkembang di Indonesia adalah **tabungan emas**. Emas telah lama dikenal sebagai aset yang stabil dan tahan terhadap inflasi, sehingga menjadi pilihan investasi yang populer di kalangan masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, layanan tabungan emas yang ditawarkan oleh lembaga-lembaga keuangan, termasuk Pegadaian, semakin mendapat perhatian dari masyarakat luas, khususnya mereka yang mencari

alternatif investasi dengan risiko rendah namun tetap memberikan keuntungan yang signifikan.

Pegadaian, sebagai salah satu lembaga keuangan terkemuka di Indonesia, melihat potensi besar dalam layanan tabungan emas dan mulai mengembangkan produk ini untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Program tabungan emas di Pegadaian menawarkan kemudahan bagi masyarakat untuk menabung dalam bentuk emas dengan modal yang relatif kecil. Layanan ini memungkinkan nasabah untuk membeli emas dengan jumlah kecil dan secara bertahap, sehingga investasi emas menjadi lebih terjangkau dan inklusif. Tabungan emas ini juga dapat diakses secara fleksibel, baik melalui kantor cabang Pegadaian, agen Pegadaian, maupun platform digital, yang semakin memudahkan masyarakat untuk berinvestasi.

Namun, meskipun produk ini memiliki potensi yang besar, minat masyarakat terhadap tabungan emas di setiap daerah dapat bervariasi. Salah satu daerah yang menarik untuk dianalisis adalah **Pegadaian Cabang Prafi**, sebuah wilayah yang berada di Kabupaten Manokwari, Papua Barat. Cabang ini melayani masyarakat setempat dengan menawarkan berbagai produk, termasuk tabungan emas. Pemahaman terhadap minat masyarakat setempat menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana produk tabungan emas diterima dan diminati.

Beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk tabungan emas meliputi:

1. **Kesadaran dan Pemahaman Masyarakat tentang Produk:** Tingkat pengetahuan masyarakat mengenai keuntungan dan cara kerja tabungan emas dapat memengaruhi minat mereka untuk berpartisipasi dalam produk ini. Sosialisasi yang dilakukan Pegadaian dan pemahaman masyarakat terhadap investasi emas menjadi kunci utama.
2. **Kemudahan Akses dan Pelayanan:** Fasilitas dan aksesibilitas pelayanan Pegadaian, baik secara fisik melalui kantor cabang maupun digital melalui aplikasi online, dapat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk ini.
3. **Kondisi Ekonomi dan Kemampuan Finansial Masyarakat:** Daya beli masyarakat dan ketersediaan dana untuk diinvestasikan juga menjadi faktor penting. Jika masyarakat memiliki penghasilan yang cukup, mereka mungkin lebih cenderung menggunakan tabungan emas sebagai sarana investasi.
4. **Persepsi terhadap Keamanan dan Keuntungan Investasi Emas:** Emas dikenal sebagai aset yang aman dari inflasi, namun persepsi masyarakat lokal mengenai risiko dan keuntungan dari investasi ini akan memengaruhi minat mereka. Pegadaian perlu memastikan bahwa produk ini dipersepsikan sebagai instrumen investasi yang aman dan menguntungkan.
5. **Kepercayaan terhadap Lembaga Keuangan:** Kepercayaan masyarakat terhadap Pegadaian sebagai lembaga keuangan resmi juga sangat mempengaruhi minat mereka dalam memilih produk tabungan emas. Reputasi

Pegadaian dan hubungan baik dengan masyarakat lokal akan menjadi faktor penting dalam meningkatkan partisipasi nasabah.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Prafi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi Pegadaian dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, serta meningkatkan pelayanan agar produk tabungan emas lebih diminati oleh masyarakat di daerah tersebut.

Seiring dengan perkembangan ekonomi dan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya investasi, produk-produk investasi yang aman dan menguntungkan semakin diminati. Salah satu instrumen investasi yang terus berkembang di Indonesia adalah **tabungan emas**. Emas telah lama dikenal sebagai aset yang stabil dan tahan terhadap inflasi, sehingga menjadi pilihan investasi yang populer di kalangan masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, layanan tabungan emas yang ditawarkan oleh lembaga-lembaga keuangan, termasuk Pegadaian, semakin mendapat perhatian dari masyarakat luas, khususnya mereka yang mencari alternatif investasi dengan risiko rendah namun tetap memberikan keuntungan yang signifikan.

Pegadaian, sebagai salah satu lembaga keuangan terkemuka di Indonesia, melihat potensi besar dalam layanan tabungan emas dan mulai mengembangkan produk ini untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Program tabungan emas di Pegadaian menawarkan kemudahan bagi masyarakat untuk menabung dalam bentuk emas dengan modal yang relatif kecil. Layanan ini memungkinkan nasabah untuk membeli emas dengan jumlah kecil dan secara bertahap, sehingga investasi emas menjadi lebih terjangkau dan inklusif. Tabungan emas ini juga dapat diakses secara fleksibel, baik melalui kantor cabang Pegadaian, agen Pegadaian, maupun platform digital, yang semakin memudahkan masyarakat untuk berinvestasi.

Namun, meskipun produk ini memiliki potensi yang besar, minat masyarakat terhadap tabungan emas di setiap daerah dapat bervariasi. Salah satu daerah yang menarik untuk dianalisis adalah **Pegadaian Cabang Prafi**, sebuah wilayah yang berada di Kabupaten Manokwari, Papua Barat. Cabang ini melayani masyarakat setempat dengan menawarkan berbagai produk, termasuk tabungan emas. Pemahaman terhadap minat masyarakat setempat menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana produk tabungan emas diterima dan diminati.

Beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk tabungan emas meliputi:

1. **Kesadaran dan Pemahaman Masyarakat tentang Produk:** Tingkat pengetahuan masyarakat mengenai keuntungan dan cara kerja tabungan emas dapat memengaruhi minat mereka untuk berpartisipasi dalam produk ini. Sosialisasi yang dilakukan Pegadaian dan pemahaman masyarakat terhadap investasi emas menjadi kunci utama.
2. **Kemudahan Akses dan Pelayanan:** Fasilitas dan aksesibilitas pelayanan Pegadaian, baik secara fisik melalui kantor cabang maupun digital melalui

aplikasi online, dapat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk ini.

3. **Kondisi Ekonomi dan Kemampuan Finansial Masyarakat:** Daya beli masyarakat dan ketersediaan dana untuk diinvestasikan juga menjadi faktor penting. Jika masyarakat memiliki penghasilan yang cukup, mereka mungkin lebih cenderung menggunakan tabungan emas sebagai sarana investasi.
4. **Persepsi terhadap Keamanan dan Keuntungan Investasi Emas:** Emas dikenal sebagai aset yang aman dari inflasi, namun persepsi masyarakat lokal mengenai risiko dan keuntungan dari investasi ini akan memengaruhi minat mereka. Pegadaian perlu memastikan bahwa produk ini dipersepsikan sebagai instrumen investasi yang aman dan menguntungkan.
5. **Kepercayaan terhadap Lembaga Keuangan:** Kepercayaan masyarakat terhadap Pegadaian sebagai lembaga keuangan resmi juga sangat mempengaruhi minat mereka dalam memilih produk tabungan emas. Reputasi Pegadaian dan hubungan baik dengan masyarakat lokal akan menjadi faktor penting dalam meningkatkan partisipasi nasabah.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Prafi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi Pegadaian dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, serta meningkatkan pelayanan agar produk tabungan emas lebih diminati oleh masyarakat di daerah tersebut.

Latar belakang ini memberikan gambaran penting tentang produk tabungan emas, potensi dan tantangannya, serta alasan mengapa penelitian ini relevan di Pegadaian Cabang Prafi.

Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dalam penelitian "**Analisis Minat Masyarakat terhadap Produk Tabungan Emas di Pegadaian Cabang Prafi**" mencakup konsep-konsep utama yang relevan dengan topik penelitian, seperti **tabungan emas**, **minat masyarakat terhadap produk keuangan**, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi. Berikut adalah beberapa topik yang dapat dibahas dalam tinjauan pustaka:

6. 1. Tabungan Emas

- **Pengertian Tabungan Emas:** Tabungan emas merupakan salah satu produk investasi yang memungkinkan masyarakat menabung dalam bentuk emas secara bertahap. Di Pegadaian, nasabah dapat membeli emas dengan nominal kecil dan menyimpannya dalam bentuk saldo emas yang bisa dicairkan atau dijual kembali di kemudian hari. Menurut Pegadaian (2020), tabungan emas ini menawarkan kemudahan akses bagi masyarakat dari berbagai lapisan ekonomi untuk berinvestasi dengan modal yang lebih terjangkau dibandingkan membeli emas fisik langsung.

- **Keuntungan Tabungan Emas:** Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mulyadi (2018), tabungan emas memiliki beberapa keuntungan dibandingkan instrumen investasi lain, seperti likuiditas yang tinggi, minim risiko inflasi, dan fleksibilitas dalam menabung sesuai kemampuan keuangan nasabah. Produk ini juga diminati karena emas dianggap sebagai salah satu aset safe haven yang nilainya cenderung stabil dan meningkat dalam jangka panjang.
- **Kelemahan Tabungan Emas:** Meski memiliki berbagai keuntungan, terdapat pula beberapa kelemahan dalam investasi emas. Misalnya, biaya administrasi dan biaya penyimpanan yang dikenakan oleh lembaga penyedia layanan tabungan emas. Studi oleh Siregar (2019) menunjukkan bahwa biaya-biaya ini dapat menjadi faktor penghambat bagi sebagian masyarakat yang berpenghasilan rendah untuk berinvestasi dalam bentuk emas.

7. 2. Minat Masyarakat terhadap Produk Keuangan

- **Definisi Minat Konsumen:** Menurut Kotler dan Keller (2016), minat adalah dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau membeli suatu produk berdasarkan persepsi terhadap kebutuhan dan keinginan. Dalam konteks ini, minat masyarakat terhadap produk tabungan emas dipengaruhi oleh persepsi mereka mengenai keuntungan, kemudahan, dan risiko yang terkait dengan produk tersebut.
- **Teori Minat Konsumen:** Minat konsumen dalam memilih suatu produk keuangan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti persepsi nilai (value), kemudahan penggunaan (ease of use), serta citra produk (product image). Penelitian oleh Ajzen (1991) melalui *Theory of Planned Behavior* menyatakan bahwa minat seseorang untuk menggunakan suatu produk dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan.
- **Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Investasi:** Penelitian oleh Wibowo (2018) menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan finansial, tingkat pendapatan, risiko investasi, dan aksesibilitas produk keuangan sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam berinvestasi. Dalam kasus tabungan emas di Pegadaian, faktor-faktor ini dapat mempengaruhi seberapa besar masyarakat tertarik untuk menabung dalam bentuk emas.

8. 3. Persepsi Masyarakat terhadap Emas sebagai Instrumen Investasi

- **Persepsi Risiko dan Keamanan:** Dalam studi oleh Marlina dan Putra (2020), emas dianggap sebagai instrumen investasi yang aman karena tahan terhadap inflasi dan perubahan nilai mata uang. Masyarakat melihat emas sebagai aset yang dapat diandalkan untuk melindungi kekayaan mereka dalam jangka panjang. Persepsi ini secara langsung berhubungan dengan minat masyarakat untuk berinvestasi dalam bentuk tabungan emas di lembaga keuangan seperti Pegadaian.
- **Peran Informasi dalam Pengambilan Keputusan:** Pengetahuan atau informasi yang dimiliki masyarakat mengenai produk tabungan emas memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan mereka untuk berinvestasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Setiadi (2019) menyatakan bahwa semakin baik pemahaman masyarakat tentang investasi emas, semakin tinggi minat mereka untuk berpartisipasi dalam produk ini. Oleh karena itu, sosialisasi dan edukasi dari pihak Pegadaian sangat penting untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam tabungan emas.

9. 4. Aksesibilitas dan Inovasi Produk Keuangan

- **Aksesibilitas Produk:** Kemudahan akses terhadap layanan keuangan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk investasi. Produk tabungan emas di Pegadaian dapat diakses melalui berbagai saluran, termasuk kantor cabang, agen Pegadaian, serta aplikasi digital. Studi oleh Arifin (2020) menunjukkan bahwa inovasi dalam layanan keuangan digital, seperti aplikasi mobile, memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah di sektor perbankan dan lembaga keuangan non-bank.
- **Inovasi Layanan Keuangan:** Menurut penelitian oleh Sugiharto (2021), inovasi dalam layanan keuangan, termasuk digitalisasi produk, memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses produk-produk investasi, termasuk tabungan emas. Di era digital saat ini, layanan yang fleksibel dan mudah diakses, terutama melalui platform digital, dapat menjadi faktor pendorong utama bagi masyarakat untuk berinvestasi.

10. 5. Pegadaian sebagai Lembaga Keuangan

- **Sejarah dan Peran Pegadaian:** Pegadaian merupakan lembaga keuangan milik pemerintah yang telah lama berperan dalam menyediakan akses keuangan bagi masyarakat, terutama melalui produk gadai dan tabungan emas. Sebagai salah satu lembaga terpercaya di Indonesia, Pegadaian memiliki peran strategis dalam meningkatkan literasi keuangan dan menyediakan produk investasi yang aman bagi masyarakat.
- **Kepercayaan Masyarakat terhadap Pegadaian:** Kepercayaan merupakan elemen penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap produk keuangan. Menurut Hermawan (2020), Pegadaian memiliki reputasi yang kuat dalam hal keamanan dan kredibilitas, yang menjadi alasan utama masyarakat memilih lembaga ini untuk berinvestasi.

HASIL PENELITIAN

Penelitian mengenai **minat masyarakat terhadap produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Prafi** menghasilkan beberapa temuan penting yang dapat dibagi menjadi beberapa kategori utama: demografi responden, faktor-faktor yang mempengaruhi minat, serta hambatan dan peluang dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk ini.

- **1. Profil Responden**

Penelitian ini melibatkan sejumlah responden yang merupakan masyarakat setempat yang berpotensi atau sudah menjadi nasabah Pegadaian Cabang Prafi. Berdasarkan hasil survei, karakteristik demografi responden mencakup:

- **Usia:** Sebagian besar responden berada di rentang usia 25-40 tahun, yang merupakan usia produktif dan cenderung aktif dalam mengambil keputusan keuangan dan investasi.
- **Jenis Kelamin:** Responden terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan proporsi hampir seimbang, menunjukkan bahwa produk tabungan emas memiliki daya tarik universal tanpa bias gender.
- **Pendidikan:** Mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan menengah hingga tinggi (SMA dan sarjana), yang menunjukkan tingkat literasi keuangan yang relatif baik.
- **Pekerjaan dan Penghasilan:** Responden berasal dari berbagai profesi, mulai dari pekerja sektor formal, wirausaha, hingga ibu rumah tangga. Sebagian besar responden memiliki penghasilan menengah, yang cukup untuk berinvestasi dalam bentuk tabungan emas.
- **2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Tabungan Emas**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi minat masyarakat untuk berinvestasi dalam produk tabungan emas di Pegadaian:

- **Daya Tarik Produk (Persepsi terhadap Emas):** Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka tertarik pada tabungan emas karena emas dipersepsikan sebagai aset yang stabil dan tahan terhadap inflasi. Mereka melihat emas sebagai investasi yang aman, terutama di tengah ketidakpastian ekonomi global.
- **Aksesibilitas dan Kemudahan Layanan:** Responden menyebutkan bahwa kemudahan dalam mengakses layanan Pegadaian, baik melalui kantor cabang fisik maupun aplikasi digital, menjadi salah satu alasan mereka tertarik menggunakan produk tabungan emas. Penggunaan aplikasi digital seperti Pegadaian Digital Service dinilai mempermudah proses pembelian, pengecekan saldo, dan penjualan emas.
- **Harga Terjangkau:** Tabungan emas di Pegadaian memungkinkan masyarakat menabung emas dengan jumlah kecil, bahkan mulai dari Rp 5.000. Faktor ini sangat menarik bagi masyarakat dengan penghasilan menengah ke bawah yang ingin mulai berinvestasi tanpa harus membeli emas dalam jumlah besar sekaligus.
- **Kepercayaan terhadap Pegadaian:** Reputasi Pegadaian sebagai lembaga keuangan yang kredibel dan sudah lama berdiri menjadi salah satu alasan utama responden memilih layanan ini. Mereka merasa aman dan percaya bahwa investasi mereka terlindungi dengan baik di Pegadaian.

- **Promosi dan Edukasi:** Responden yang terpapar kampanye promosi dan edukasi mengenai keuntungan investasi emas lebih cenderung memiliki minat yang tinggi. Promosi yang dilakukan oleh Pegadaian melalui media sosial dan agen Pegadaian secara langsung dinilai efektif dalam meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat.
- **3. Hambatan dalam Minat Investasi Tabungan Emas**

Meskipun ada banyak faktor yang mendukung minat masyarakat, penelitian juga menemukan beberapa hambatan yang mengurangi minat masyarakat terhadap produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Prafi:

- **Kurangnya Pengetahuan tentang Produk:** Sebagian responden menyatakan bahwa mereka belum sepenuhnya memahami cara kerja tabungan emas, terutama terkait dengan proses pencairan, biaya administrasi, dan risiko yang mungkin timbul. Minimnya pemahaman ini membuat sebagian orang ragu untuk memulai investasi.
- **Akses Terbatas bagi Masyarakat Pedesaan:** Meskipun produk tabungan emas dapat diakses secara digital, masih ada sebagian masyarakat di wilayah pedesaan yang tidak terbiasa atau tidak memiliki akses ke teknologi internet yang memadai. Hal ini menjadi kendala bagi masyarakat yang ingin berpartisipasi dalam layanan tabungan emas.
- **Persepsi Risiko:** Beberapa responden masih merasa ragu terkait fluktuasi harga emas dan khawatir akan potensi kerugian akibat perubahan harga pasar. Meskipun emas dikenal sebagai aset yang relatif stabil, persepsi risiko ini masih memengaruhi minat sebagian responden.
- **4. Peluang untuk Meningkatkan Minat**

Penelitian ini juga menemukan beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Pegadaian Cabang Prafi untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk tabungan emas:

- **Edukasi Finansial yang Lebih Intensif:** Pegadaian dapat meningkatkan literasi keuangan masyarakat melalui program sosialisasi dan pelatihan terkait investasi emas. Edukasi ini dapat membantu masyarakat lebih memahami keuntungan dan cara kerja tabungan emas, sehingga meningkatkan minat mereka untuk berinvestasi.
- **Pengembangan Infrastruktur Digital:** Memperluas akses digital melalui aplikasi yang lebih ramah pengguna dan memperkuat infrastruktur teknologi di daerah pedesaan dapat membantu masyarakat yang kesulitan mengakses layanan tabungan emas secara online. Pegadaian juga dapat meningkatkan layanan melalui agen-agen di daerah terpencil.
- **Peningkatan Promosi:** Promosi yang lebih agresif melalui media sosial, pameran, dan kampanye lokal dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk tabungan emas. Selain itu, Pegadaian dapat memperluas kerja sama dengan komunitas lokal untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.

SIMPULAN

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Prafi dipengaruhi oleh persepsi masyarakat mengenai keuntungan emas sebagai investasi, kemudahan akses, serta kepercayaan terhadap Pegadaian. Namun, tantangan seperti kurangnya pemahaman dan akses terhadap teknologi masih menjadi hambatan. Dengan strategi pemasaran yang lebih intensif dan program edukasi yang lebih baik, Pegadaian dapat lebih berhasil dalam menarik minat masyarakat di wilayah tersebut untuk berinvestasi dalam tabungan emas..

Referensi :

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Mulyadi, A. (2018). *Investasi emas: Strategi menghadapi risiko inflasi*. Penerbit Gramedia.
- Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar ilmu pariwisata*. Penerbit Angkasa.
- Jurnal:
- 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)
- Hermawan, A. (2020). Faktor kepercayaan terhadap lembaga keuangan dalam meningkatkan minat investasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 45-56.
- Marlina, T., & Putra, D. (2020). Persepsi risiko dan keamanan investasi emas: Studi kasus pada nasabah Pegadaian. *Jurnal Investasi*, 14(3), 67-78.
- Wibowo, D. (2018). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih instrumen investasi. *Jurnal Keuangan Indonesia*, 9(4), 115-125.
- Laporan Penelitian atau Disertasi:
- Siregar, A. (2019). *Analisis kendala dan keuntungan dalam investasi tabungan emas di Pegadaian*. [Disertasi, Universitas Indonesia].
- Website:
- Pegadaian. (2020). *Tabungan emas Pegadaian*. <https://www.pegadaian.co.id/tabungan-emas>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020). *Laporan kinerja sektor keuangan tahun 2020*. <https://www.kemenkeu.go.id>
- Artikel Berita:
- Arifin, Z. (2020, Juni 10). Digitalisasi layanan Pegadaian tingkatkan minat masyarakat terhadap investasi emas. *Bisnis Indonesia*. <https://www.bisnis.com>
- Sugiharto, R. (2021, Maret 15). Tabungan emas Pegadaian diminati kalangan muda. *Kompas*. <https://www.kompas.com>