

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

Belch, G. E., & Belch, M. A. (1993). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. The McGraw– Hill.

Bungin, Burhan. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*, Jakarta: Kencana Prenadamedia.

Herlina, Vivi. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo

Kriyantono, R., Sos, S., & Si, M. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.

Laskin, A. V. (2018). *The handbook of financial communication and investor relations*. John Wiley & Sons.

Lina, Rina Dewi. (2016). *Bisa Investasi Dengan Gaji < Rp5 Juta*. Jakarta: Penebar Plus+

Minor, M., & Mowen, J. C. (2002). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga.

Pramesti, G., (2016). *Statistika lengkap secara teori dan aplikasi dengan SPSS 23*. Elex Media Komputindo.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.

Schiffman, Leon G. & Wisenblit, Joseph L. (2015). *Consumer Behavior*. Pearson Education Limited.

Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suyono, M. S. (2015). *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Deepublish.

Setyosari, Punaji. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan & Pengembangan*. Jakarta: Prenadamedia Group

Setiadi, Nugroho J. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta : PT. Kharisma Putra Utama

Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid I*. Jakarta: Erlangga

Shimp, Terence A. (2004). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid II*. Jakarta: Erlangga.

Tandelilin, Eduardus. (2014). *Portofolio dan Investasi: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

### **Jurnal:**

Albeerdy, M. I., & Gharleghi, B. (2015). Determinants of the financial literacy among college students in Malaysia. *International Journal of Business Administration*, 6(3).

Alsemgeest, L. (2014). Family Communication about Money: Why the Taboo?. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(16), 516.

Ashidiqi, C., & Arundina, T. (2017). *Indonesia Students' Intention to Invest in Sukuk: Theory of Planned Behaviour Approach*. *International Journal of Economic Research*, 14(15), 395-407.

Dey, D. K., Chauhan, Y. K., & Chakraborti, R. (2015). *Does advertising strategy matter in influencing mutual fund purchase?*. *Journal of Financial Services Marketing*, 20(1), 23-33.

Hoonsopon, D., & Puriwat, W. (2016). *The effect of reference groups on purchase intention: Evidence in distinct types of shoppers and product involvement*. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 24(2), 157-164.

Lyons, A. C., Scherpf, E., & Roberts, H. (2006). *Financial education and communication between parents and children*. *The Journal of Consumer Education*, 23(2006), 64-76.

M. Sutantio, "STUDI MENGENAI PENGEMBANGAN MINAT BELI MEREK EKSTENSI (Studi Kasus Produk Merek Sharp di Surabaya)," *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, vol. 3, no. 3, pp. 243 - 266, Apr. 2017. [https://doi.org/10.14710/jspi.v3i3.243 - 266](https://doi.org/10.14710/jspi.v3i3.243-266)

Romo, L. K. (2011). *Money talks: Revealing and concealing financial information in families*. *Journal of Family Communication*, 11(4), 264-281.

Wibowo, A. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, dan Pelatihan Pasar Modal terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE UNESA yang Terdaftar di Galeri Investasi FE UNESA)*. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM), 7(1).