

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Aprialinda, Y. F. (2022). *Pengaruh Digital Financial Literacy Terhadap Saving dan Spending Behavior Mahasiswa*. Universitas Hayam Wuruk Perbanas.
- Arikunto, S. (2008). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagean, H., & Larasaty, P. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Prenada Media Group.
- Efendi, N., Budiono, Priyono, A. F., Ervani, E., Sapulette, S., & Dewi, V. I. (2022). Pelatihan Literasi Keuangan Digital kepada Pengusaha Mikro di Kabupaten Bandung Jawa Barat. *Panrita Abdi; Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 81–90.
- Fauziyah, R. (2016). *Efektivitas Penggunaan Modul Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Mata Pelajaran Boga Dasar Kelas X Di SMK Negeri 1 Kalasan Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Firgayanda, M. D., & Jumhur, H. M. (2022). *Analisis Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keputusan Investasi Di Pasar Cryptocurrency (Studi Pada Pengguna Platform Indodax)*. 9(4), 1768–1772.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Edisi 1, Issue July). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
<https://www.researchgate.net/publication/342644678>
- Hafiz, M. P. Al. (2022, April 2). *Taktik Bibit.id Bidik Investor Milenial di Indonesia*.
<https://www.marketeers.com/taktik-bibit-id-bidik-investor-milenial-di-indonesia/>
- Irawati, A., Putra, D., & Swissia, P. (2022). Dampak Inklusi Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Dan Financial Technology Di IIB Darmajaya. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 110–116.
- Irfan, M. Y. (2018). *Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Literasi Media Sosial Pada Generasi Z* [Jakarta: Universitas Multimedia Nusantara].
<https://kc.umn.ac.id/5138/>

- Keuangan, O. J. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017). *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–99.
- Kotler, & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.)). Erlangga.
- Leonada, H. (2022, August 8). *Tingkat Literasi Keuangan dan Digital Indonesia Masih Rendah*. Liputan 6.Com. <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/5036856/tingkat-literasi-keuangan-dan-digital-indonesia-masih-rendah>
- Lyons, A. C., & Kass-Hanna, J. (2021). A methodological overview to defining and measuring “digital” financial literacy. *Financial Planning Review*, 4(2), 1–19. <https://doi.org/10.1002/cfp2.1113>
- Pahlevi, R. (2022, June 7). *Survei DailySocial: Bibit Jadi Startup Investasi Terpopuler*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/07/survei-dailysocial-bibit-jadi-startup-investasi-terpopuler>
- Prasad, H., Meghwal, D., & Dayama, V. (2018). Digital Financial Literacy: A Study of Households of Udaipur. *Journal of Business and Management*, 5(I), 23–32. <https://doi.org/10.3126/jbm.v5i0.27385>
- Rachmah, S. A., & Madiawati, N. (2022). Pengaruh Storytelling Marketing dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Café Kisah Manis Jalan Sunda di Kota Bandung melalui Content Marketing Creator TikTok. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 48–60.
- Rizkia, R. (2020). *Pengaruh Storytelling Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Di Kota Jakarta* [Universitas Telkom]. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/156776/slug/pengaruh-storytelling-marketing-terhadap-keputusan-pembelian-melalui-brand-equity-sebagai-variabel-intervening-pada-gojek-di-kota-jakarta.html>
- Rochaniah, Y., & Sari, R. C. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Penghasilan, dan Gender Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce. *Profita Kajian Ilmu Akuntansi*, 4.
- Rosana, F. C. (2022, August 5). *Alasan OJK Dorong Bank Segera Beralih dari Layanan Lama ke Digital*. Tempo.Co. <https://bisnis.tempo.co/read/1619592/alasan-ojk-dorong-bank-segera-beralih-dari-layanan-lama-ke-digital>

- Saputra, R. S., & Dewi, A. S. (2017). Peran Modal Sosial Sebagai Mediator Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Pada Kaum Muda di Indonesia (Studi Kasus pada Komunitas Investor Saham Pemula). *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(3), 243. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i3.3064>
- Sinta, T. C. (2016). Analisis Financial Literacy Pada Mahasiswa S-1 Universitas Telkom Angkatan 2014. In *Open Library Telkom University*.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV. PUSTAKA ABADI.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. D. (2015). *Strategi Pemasaran*. PT Buku Seru.
- Tasnim, T., Sudarso, A., Munthe, M. A. R. N., Tanjung, R., Setiawan, N. M. Y. B., Simatupang, S., Saragih, O. H. S. L., Purba, B., Sari, M., & Dewi, I. K. (2021). *Komunikasi Pemasaran* (Edisi 1). Yayasan Kita Menulis.
- Tony, N., & K, D. (2020). Impact of digital financial literacy on digital financial inclusion. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(1), 1911–1915.
- Tsai, M. C. (2020). Storytelling Advertising Investment Profits in Marketing: From The Perspective of Consumers' Purchase Intention. *Mathematics*, 8(10), 1–12. <https://doi.org/10.3390/math8101704>
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2022). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(3), 252–264. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207>
- Widi, S. (2022, August 16). *Ada 68,66 Juta Generasi Z di Indonesia, Ini Sebarannya*. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/ada-6866-juta-generasi-z-di-indonesia-ini-sebarannya>
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0* (1st ed.). CV. PENA PERSADA. https://www.researchgate.net/publication/343416519_GENERASI_Z_REVOLUSI_INDUSTRI_40