

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, F. N & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kepercayaan Dan Keamanan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(11), Pp 991-1000
- Andora, Marisa & Abdul Yusuf. (2021). Pengaruh *Viral marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan Pada Platform Shopee. *Jurnal Manajerial*, 20(2), pp 208-216.
- Anggi, I., & Irwan, M. (2020). Pengaruh *Viral marketing* Dan Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening. *Journal Management And Business Review*, 4(2), pp 112-126.
- Ansong, A., & Gyensare, M. A. (2012). Determinants Of University Students Financial Literacy At The University Of Cape Coast. *International Journal Of Business And Management*, 7(9), pp 126-133
- APJII. (2023, Maret 10). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. <https://apji.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>. Diakses pada [03 Maret 2023]
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Cetakan 15*. Jakarta: Rineka Cipta
- As'ad, Syafiq M. (2020). *Analisis Pengaruh Viral marketing Dan Brand Awareness Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Ngikan Tebet)*. Skripsi Tesis. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Ayu, J. N. R. (2019). Efektivitas *Viral marketing* Dalam Meningkatkan Niat Dan Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 2(1), pp 1-10.

- Bhusan, P., & Medury, Y. (2013). *Financial Literacy and its Determinants*. International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications (IJEBEA), 4(2), pp 155-160
- Databoks. (2023, Mei 03). *5 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>. Diakses pada [03 Maret 2023]
- Daud, Anshar. (2011). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. *AKMEN: Jurnal Ilmiah*, 8(4), pp 471-479
- Damiati. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: PT. Grafindo Persada
- Dwiastanti & Hidayat. (2016). Literasi Keuangan Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Di Kota Malang. *Jurnal Seminar Nasional Akuntansi*
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Fattah, F. A., dkk. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4(1).
- Firmansyah, Muhammad A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya: Deepublish
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro
- GoodStats. (2023, Juni 20). *Indonesia Peringkat 4, Ini Dia 7 Negara Pengguna Internet Terbesar di Dunia*. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/indonesia-peringkat-4-ini-dia-7-negara-pengguna-internet-terbesar-di-dunia>. Diakses pada [22 Juli 2023]

- Haq-Fawzi, M. G., dkk. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. Tangerang: Pascal Books.
- Herawati, N. T., dkk (2018). Pengaruh Klualitas Pembelajaran Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Financial Self Efficacy Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), pp 115-128
- Humaira, J., & Lia, M. (2022). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kualitas Produk, Harga Dan Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Di Stain Teungku Dirundeng Meulaboh). *DICIS*, pp. 173-184
- Junaidi, Ahmad., dkk. (2018). *Media dan Komunikasi Politik Potret Demokrasi di Indonesia dalam Perspektif Komunikasi Politik*. Yogyakarta: Mbridge Press.
- Khumairoh, Nur Uthfi Dan Susanti. 2016. Studi Komparasi Literasi Keuangan Berdasarkan Faktor Demografi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negri Surabaya Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Akutansi*. 4(3)
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Laily, Nujmatul. (2013). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan*. Skripsi Tesis. Malang : Universitas Negri Malang
- Landx. (Juli, 26 2022) *Literasi Keuangan Adalah: Definisi, Indikator Dan Manfaatnya*. <https://Landx.Id/Blog/Literasi-Keuangan-Adalah-Definisi-Indikator-Manfaatnya>. Diakses Pada [10 September 2023]
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Financial Literacy And Retirement Planning: New Evidence From The Rand American Life Panel. *Michigan Retirement Research Center Research Paper*. pp 157

- Maulida, A. R., Haris, H., & Ahmad, I. (2022). Pengaruh *Viral marketing* Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi, Dan Pelayanan Publik*, 9(1), pp 27-37
- Muliajaya, M., I Nyoman, S., & Luh, I. (2019). Pengaruh *Viral marketing* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sosial Media Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA*, 11(2), pp 628-636
- Nidar, S. R., & Bestari, S.(2012). Personal Literaci Among University Student (Case Study At Padjajaran University Students, Bandung, Indonesia. *Word Jurnal Of Social Scienses*, 2(4), 162-171.
- Nurhab, M. I. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Financial Mahasiswa. *Jurnal Akutansi Dan Perbankan Syariah*, 1(2), pp255-274
- Organization For Economic Co-Operation And Development (OECD). (2012). Measuring Financial Literacy. *Working Paper*. Paris: OECD
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2015). *Proceding Focus Group Discussion Core Competencies On Financial Literacy For Adults*. Semarang: Direktorat Penelitian Kebijakan Pengaturan Edukasi Dan Perlindungan Konsumen
- Priansa, D.J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Program International For Student Assesment (PISA). (2012). *Financial Literacy Assesment Freamwork*. Amerika: *International Network on Financial Education OECD*. <http://oecd.org/pisa/pisaproducts/469962580.pdf>
- Pulungan, D.R. (2017). Literasi Keuangan Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Kota Medan. *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17(1), 56-61.

- Rakyat Merdeka (RM.id). [Maret, 24 2023]. *Riset IPSOS 2023, Shopee Jadi Marketplace Paling Banyak Dicari Dan Digunakan*. <https://rm.id/riset-ipsos-2023-shopee-jadi-marketplace-paling-banyak-dicari-dan-digunakan>. Diakses Pada [10 September 2023].
- Rochaniah, Y., & Ratna, C. S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Penghasilan dan Gender Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Angkatan 2017. *Jurnal PROFIT: Kajian Ilmu Akuntansi*, 9(6), pp 1-20
- Sahir, Syafrida H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi
- Sari, R. K. (2019). *Viral marketing: Memanfaatkan Kekuatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran*. *Jurnal Penelitian*, 3(2), pp 81-96.
- Santoso, D.S.A., & Renny, D. (2022) Pengaruh *Viral marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Pembeli Aksesoris Handpone Di Shopee). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga, (JPTN)*, 10(1), Pp 1545-1553
- Sofiyanti, V., Radia, H., & Melizubaida, M. (2022). Hubungan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Belanja Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 16(2), pp 336-344
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta

- Suhriman & Yusuf. (2019). *Penelitian Kuantitatif Sebuah Panduan Praktis*. Mataram: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Mataram
- Syuliswati, A. (2019). Pengaruh Gender, Usia, IPK Terhadap Literasi KEUANGAN Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Malang, *Jurnal Akuntansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, 26(1), pp 15-31
- Telaumbanua, M. (2021). *Belajar Teori Dan Praktik Dalam Penelitian Tindakan Sekolah*. Malang: Ahlimedia Press
- Wahyuni, Rika. (2019). Pengaruh Harga, Promosi, Dan *Viral marketing* Terhadap Keputusan Membeli Pada Toko Online “Nunu Collection” Melalui Facebook. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 8(2), pp 1-11
- Wibowo, L. A., & Donni, J. P (2019). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta
- Wiludjeng, Sri. SP., & Nurlela, T. S. (2013). Pengaruh *viral marketing* terhadap keputusan pembelian Pada PT “X”. Surakarta: *Proceeding Seminar Proposal*, pp 51-59