

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Abdul, H. (2015). *ANALISIS INVESTASI di Aset Keuangan*. Jakarta: Mitra wacana Media.
- Ahmad, N. W., Mawar, M. Y., & Ripain, N. (2016). FINANCIAL LITERACY OF YOUTH: A CASE STUDY OF ISLAMIC BANKING AND FINANCE STUDENTS IN KOLEJ UNIVERSITI ISLAM ANTARABANGSA SELANGOR. *Proceeding of the 3rd International Conference on Management & Muamalah 2016 (3rd ICoMM)*.
- Ali, H., & Purwandi, L. (2016, Februari). *INDONESIA 2020: The Urban Middle-Class Millennials*.
- Ali. (2014). Sampling & Sample Size Estimation. *World Health Organization Geneva, Switzerland*.
- Ambarwati, Sunarti, & Mawardi, M. K. (2015). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Administrasi Bisnis*, 1-7.
- Amilia, S., & Nst, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 660-669.
- Anggraeni, Kumadji, S., & Sunarti. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN. *Administrasi Bisnis*, 171-177.
- Ansari, M. L., & Moid, M. S. (2013). *FACTORS AFFECTING INVESTMENT BEHAVIOUR AMONG YOUNG PROFESSIONALS*, 27-32.
- Apjii, t. (2018, maret 22). Buletin APJII. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, p. 3.
- Arifin, J. (2008). *Statistik Terapan dengan Microsoft Excel 2007*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Badan Pusat Statistik. (2019, Januari 23). *Berita Resmi Statistik*. Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/statictable/2016/04/04/1904/penduduk-berumur-15-tahun-ke-atas-menurut-golongan-umur-dan-jenis-kegiatan-selama-seminggu-yang-lalu-2008---2018.html>
- Basu Swastha, I. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

- Brata, 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*, 433-445.
- Christanti, N., & Mahastanti, L. A. (2011). FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN INVESTOR DALAM MELAKUKAN INVESTASI. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan | Tahun 4, No. 3, Desember*.
- David, W., & Djamaris, A. R. (2018). *Metode Statistik Untuk Ilmu dan Teknologi Pangan*. Jakarta: Penerbit Universitas Bakrie.
- Erickson, T. J. (2008). In *Plugged In: The Generation Y Guide to Thriving at Work*. Boston.
- Farizky, & Taryanto, H. S. (2012). Satu Vespa Sejuta Saudara: Nilai-Nilai, Solidaritas, dan Kreativitas, Komunitas Vespa Apa Aja Boleh dalam Menciptakan Vespa Ekstrim. *Antropologi*, 1-20.
- Farooq, A., & Sajid, M. (2015). Factors Affecting Investment Decision Making: Evidence from Equity Fund Managers and Individual Investors in Pakistan. *Research Journal of Finance and Accounting Vol.6, No.9*.
- Ferdinand. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gifani, & Syahputra. (2017). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE OPPO PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TELKOM. *Bisnis dan Iptek*, 81-94.
- Harianti, D., Rombe, E., & Ponirin. (2015). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN 3SECOND DI KOTA PALU. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 261-270.
- Hartanto, W. (2016). In *Mahasiswa Investor*. Indonesia: Elex Media Komputindo.
- Hartono, J. (2010). *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFYogyakarta.
- Hasan, M. I. (2014). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi ke-2*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Hibbert, A. M., Lawrence, E. R., & Prakash, A. J. (2012). Can Diversification be Learned? *Journal of Behavioral Finance*, 13:1, 38-50, *Journal of Behavioral Finance*, 13:1, 38-50, DOI: 10.1080/15427560.2012.654547.
- Hidayatullah, S., Waris, A., Devianti, R. C., Sari, S. R., Wibowo, I. A., & PW, P. M. (2018). *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan : Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food*, 240-249.
- Ibrahim, D. (2018). PEMAKNAAN VESPA EXTREME BAGI PENGGUNA VESPA EXTREME DI KOTA PEKNBARU DALAM PERSEKTIIF FENOMENOLOGI. *JOM*, 1-15.
- Infantri, A. D., & Nindria. (2014). PENGARUH DIMENSI KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI HONDA. *Ilmu Manajemen*, 293-305.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2018, April 6). *E-SBN, Cara Baru Berinvestasi Secara Online*. Retrieved from <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/e-sbn-cara-baru-berinvestasi-secara-online/>
- Kotler, & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran I*. Jakarta: Erlangga.
- Kristian, & Widayanti, R. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA MAHASISWA KAMPUS 1 UNIVERSITAS KRISTEN KRIDA WACANA. *Manajemen Bisnis*, 45-58.
- Kurniawan, C. D. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah di PT OSO Securities. Yogyakarta.
- Kusuma, & Suparna, G. (2015). PERAN GAYA HIDUP DALAM MEMEDIASI PENGARUH DEMOGRAFI TERHADAP NIAT BELI SEPEDA MOTOR VESPA PIAGGIO. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 2110-2123.
- Levine, D. M., Stephan, D. F., & Kreh, T. C. (n.d.). *Statistic for Manager Using Microsoft Excel. Sixth Edition* pp 34.
- Lubis. (2015). VESPA LOVERS COMMUNITY PEKANBARU (Studies Community Activities As Capital). *Jom*, 1-13.
- Lubis, P., & Zulam, S. B. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN INVESTASI DI INDONESIA. *JURNAL PERSPEKTIF EKONOMI DARUSSALAM Volume 2 Nomor 2 ISSN. 2502-6976*.
- Manihuruk, B. E., Ginting, B., & Siregar, M. (2013). PERLAKUAN DAN PEMBERIAN FASILITAS KEPADA PENANAM MODAL MENURUT PRESPEKTIF UU NO. 25 TAHUN 2007 TENTANG PENANAMAN

MODAL. *TRANSPARENCY*, *Jurnal Hukum Ekonomi Volume I Nomor 1 Februari-Mei*.

- Martini, T. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. *Penelitian*, 113-132.
- Mediakuangan. (2018, Mei). Transparansi Informasi Kebijakan Fiskal VOLUME XIII / NO. 128. *Pangkas Regulasi, Permudah Investasi*.
- Merawati, L. K., & Putra, I. J. (2015). KEMAMPUAN PELATIHAN PASAR MODAL MEMODERASI PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI DAN PENGHASILAN PADA MINAT BERINVESTASI MAHASISWA. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis, Vol. 10. No. 2, Juli*.
- Mulyadi. (2013). In *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Sa-lamba Empat.
- Mulyono, Yoestini, Nugraheni, R., & Kamal, M. (2007). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA PERUMAHAN PURI MEDITERANIA SEMARANG). *STUDI MANAJEMEN & ORGANISASI*, 91.
- Nabila, Wahyuni, S., & Nugroho, J. A. (2015). ANALISIS PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP. *Pendidikan Ekonomi*, 1-12.
- Nayebzadeh, S., Taft, M. K., & Sadrabadi, M. M. (2013). The Study of University Professors' Financial Literacy. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences Vol. 3, No.3, July*, pp. 115–121.
- Nugroho, A. (2005). *Strategi Jitu memilih Metode statistic Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Nurhayati, S. (2017). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG DI YOGYAKARTA. *JBMA*, 60-69.
- Nurjaman, & Aprianingsih, A. (2015). SOCIAL MARKETING CAMPAIGN TO INCREASE FISH CONSUMPTION FOR COLLEGE STUDENTS IN BANDUNG. *Journal of Business Management*, 743-754.
- Olivia, G., & Rahmawati, W. (2019, Maret 24). *INVESTASI*. Retrieved from Kontan.co.id News Data Financial Tools: <https://investasi.kontan.co.id/news/penjualan-reksadana-di-platform-online-mendongkrak-jumlah-investor>
- Prasastono, & Pradapa, S. Y. (2012). KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KENTUCKY

- FRIED CHICKEN SEMARANG CANDI. *Dinamika Kepariwisata*, 13-23.
- Priyanto, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: GAVAMEDIA.
- PT Eastspring Investments Indonesia. (2018). Millennials dan ‘Jaman Now. *SPRING OF LIFE*.
- Pujiati, D., & Widanar, E. (2009). Pengaruh struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan: keputusan keuangan sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomi Bisnis & Akuntansi Ventura*.
- Purnamasari. (2009). Interdependensi Antara Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Keputusan Dividen. *Jurnal keuangan dan Perbankan*.
- Putri, W. A. (2017). Insentif Pajak Dalam Membentuk Keputusan Investasi. *Jurnal Moneter Vol. IV No. 2 Oktober*.
- Raharjo, B. (2018, Oktober 13). *Ekonomi*. Retrieved from [Republika.co.id: https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/keuangan/18/10/13/pgghyh415-millennials-ini-masalah-yang-kerap-menghantuimu](https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/keuangan/18/10/13/pgghyh415-millennials-ini-masalah-yang-kerap-menghantuimu)
- Remund, D. L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *THE JOURNAL OF CONSUMER AFFAIRS Vol. 44, No. 2 ISSN 0022-0078*.
- Ridho, & Hendrawan, H. (2017). MAKNA KEBERADAAN VESPA EXTREME BAGI SCOOTERIST. *Komunikasi dan Media*, 21-50.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA DI KOTA PATI. *Jurnal STIE Semarang*, 92-121.
- Rosmida, & Wahyuni, E. S. (2017). KEBERHASILAN PROGRAM “YUK NABUNG SAHAM” OLEH BURSA EFEK INDONESIA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN INSTRUMEN PASAR MODAL DI INDONESIA. *Inovbiz, Volume 5, Nomor 2, Desember*, 151-157.
- Sabri, N. A. (2016). The Relationship between the Level of Financial Literacy and Investment Decision-Making Millennials in Malaysia. *A Contemporary Business Journal ISSN: 2232-0172 Vol 6, August* , 39-47.
- Sadono, S. (2006). *Ekonomi Pembangunan Proses Masalah Dan Dasar Kebijakan*. Jakarta: Kencana Prenada Media .
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *A Skill Building Approach. Sixth edition. Pp 245*.

- Shahnaz, N. B., & Wahyono. (2016). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO ONLINE. *Jurnal Analisis Manajemen*, 389-399.
- Shanmugasundaram, & Vikram, P. (2015). Total Quality Management, Process Analytical Technology, five basic principles and Pharmaceutical Industry: an overview. *International Journal of PharmTech Research*, 178-185.
- Silalahi, U. (2015). *METODE PENELITIAN SOSIAL KUANTITATIF*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Soewito, Y. (2013). KUALITAS PRODUK, MEREK DAN DESAIN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN. *EMBA*, 218-229.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2004). *Makroekonomi: Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sunariyah. (2011). In *Pengantar Penge-tahuan Pasar Modal*. Yogyakarta.
- Supriyono, Hasiolan, L. B., & Warso, M. M. (2014). PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI RUMAH PADA PERUMAHAN BUKIT SEMARANG BARU (BSB) CITY DI SEMARANG. *Jurnal Skripsi Ekonomi Manajemen*, 1-16.
- Susetyarsi. (2013). ANALISIS PENGARUH STRATEGI DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SKUTER MATIK YAMAHA MEREK MIO FINO DI KOTA SEMARANG. *Jurnal STIE*, 33-49.
- Tandelilin, E. (2010). *Portfolio dan Investasi: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tjiptono, & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Trisnawan, & Amron. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN HANDPHONE SAMSUNG DI SEMARANG. *Ekonomi dan Bisnis*, 1-12.
- Utami, R. P., & Saputra, H. (2017). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SAYURAN ORGANIK DI PASAR SAMBAS MEDAN. *Jurnal Niagawan*, 1-10.

- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 44-48.
- Wibisono, D. (2003). *Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, A. (2009). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 173-186.
- Widayat. (2010). *Ekonomika-Bisnis, Vol. 01 No.02 PENENTU PERILAKU BERINVESTASI*.
- Widdowson , D., & Hailwood, K. (2007). Financial literacy and its role in promoting a sound financial system. *Reserve Bank of New Zealand: Bulletin, Vol. 70, No. 2*.
- World Bank Group. (2012). *Doing Business Indonesia 2012. Comparing Regulation For Domestic Firms In 20 Cities And With 183 Economies*. Retrieved from The International Bank for Reconstruction and Development /The World Bank: <http://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Subnational-Reports/DB12-Indonesia.pdf>
- Wulandari, D. P. (2017). Pengaruh Desain Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Tenun Ikat AAM Kodok Ngorek Putra, Bandar Kidul Kediri. *Simki-Economic*, 1-15.
- Zikmund, W. G., & Babin, B. J. (2010). *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zulaicha, & Irawati, R. (2016). PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MORNING BAKERY BATAM. *Inovasi dan Bisnis*, 125-136.

Website

Fedrick Wahyu (<https://otomania.gridoto.com/read/241189132/vespa-kongomotor-bersejarah-bagi-tentara-nasional-indonesia#!%2F>, diakses pada 1 April 2019).

Anonymous¹ (<https://kumparan.com/@kumparanoto/penyakit-umum-vespa-modern-dan-cara-mengatasinya>, diakses pada 1 April 2019).

Anonymous² (<https://moladin.com/forum/motor/yang-membedakan-Harga-Vespa-Piaggio-begitu-mahal-dengan-Matic-Lainnya>, diakses pada 1 April 2019).

Anonymous³ (<http://bprd.jakarta.go.id/pajak-kendaraan-bermotor/>, diakses pada 31 Maret 2019).

S. Gamboa (https://www.vice.com/id_id/article/wn9z95/perlawanan-gigih-skuter-vespa-mad-max-bertahan-di-jalanan-indonesia, diakses pada 1 April 2019).

Anonymous⁴ (<http://vespa.co.id>, diakses pada 1 April 2019)

Hestanto (<https://www.hestanto.web.id/kualitas-produk/>, diakses pada 1 April 2019).

Ayu (<https://ukirama.com/blogs/faktor-faktor-yang-menentukan-harga-jual-suatu-produk-hasil-produksi>, di akses pada 18 Maret 2019).

Tofa (<https://kangtofa.wordpress.com/2019/01/29/brand-image/>, diakses pada 1 April 2019).

Adityo Laksono (<http://adityolaksono26.blogspot.com/2015/03/pengertian-minat-beli-dan-faktor-faktor.html>, diakses pada 17 April 2019).

Rina Kusniawati (<http://rinakusniawati.blogspot.com/2010/03/hipotesis.html>, diakses pada 17 April 2019).

Anonymous⁵ (http://irfaneffendi0708.blogspot.com/2016/10/metode-penelitian_14.html, diakses pada 3 April 2019).

Afid Burhanuddin (<https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/09/24/populasi-dan-sampel-4/>, diakses pada 3 April 2019).