

DAFTAR PUSTAKA

Canny, Vanessa. "Pengaruh Social Marketing Campaign terhadap Pengambilan Keputusan untuk Menjadi Donatur Greenpeace." (2014). *Repository UPI*. Web. 8 Mei 2019.

Flora, Lerebvre. "*Social Marketing and Public Health Intervention*". (1998). *Research Gate : Stanford Journal*. Web. 28 Maret 2019.

Gita, Herfonika. "Strategi Marketing Sosial dalam Membentuk Kesadaran Menabung." (2014). *Journal USM*. Web. 30 Maret 2019.

Kotler, Roberto and Lee. (2002). *Social Marketing : Improving the Quality of Life*, Google E-book.

Marwati, Resi D. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta". (2018). *Journal Student UNY*. Web. 2 April 2019.

Sarwono, Jonatan. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Wymer, Walter. "*Developing More Effective Social Marketing Strategies*." (2011)

"Bauran Pemasaran" diakses melalui <http://consumerbehaviour.lecture.ub.ac.id/> pada hari sabtu, 25 Mei 2019

"Peningkatan Jumlah Investor tahun 2018" diakses melalui <https://www.cnbcindonesia.com/> pada hari senin, 27 Mei 2019

<http://idx.co.id/> (diakses pada hari Kamis, 4 April 2019 pukul 07:00 WIB)

<http://neraca.co.id/> (diakses pada hari Kamis, 4 April 2019 pukul 05:00 WIB)

<http://ojk.go.id/> (diakses pada hari Kamis, 21 Maret 2019 pukul 14.00 WIB)

<http://sikapiuangmu.ojk.go.id/> (diakses pada hari Jumat, 22 Maret 2019 pukul 13.00 WIB)

<http://yuknabungsaham.idx.co.id/> (diakses pada hari Kamis, 21 Maret 2019 pukul 00:29 WIB)