

REFERENCES

- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2).
- Ajzen (2005). *Attitudes, Personality And Behavior*. Midenhead: Open University Press.
- Amhalmad, I., & Irianto, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(4).
<https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i4.7851>
- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203–229. <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>
- Asba, M. (2013). Pengaruh Pengetahuan Tentang Efek Syariah Terhadap Motivasi Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Di Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Iain Walisongo Semarang). http://eprints.walisongo.ac.id/1803/3/092411092_Bab2.pdf, 12,41, Dan 48.
- Brown, D., & Hayes, N. (2008). *Influencer Marketing*. Routledge.
- Cahya, B. T., & W Kusuma, N. A. (2019). Pengaruh Motivasi Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 7(2), 192–207.
- Carrasco-Gallego, J. A. (2017). Introducing Economics To Millennials. *International Review Of Economics Education*, 26. <https://doi.org/10.1016/j.iree.2017.08.002>
- Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2).
- Dewi, S. L. A., & Caropeboka, R. M. (2020). Perilaku Generasi X Dan Generasi Millennial Dalam Penggunaan Media Sosial. *Binadarma*, 12.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate - Dengan Program Ibm Spss 21*. 7 Ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. (2015). Konsep Dan Aplikasi Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian Dalam Penelitian Bisnis. *Public Administration Review*, 63(5).
- Hidayatullah, S., Waris, A., Chris Devianti, R., Ratna Sari, S., Ardi Wibowo, I., & Made, P. P. (2018). *Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food*. 6(2), 240–249.
- Kusmawati, K (2011). "Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi Dan Usia Sebagai Variabel Moderat." *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (Jenius)* 1.2 (2011): 103-117.
- Melis. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kepribadian Mahasiswa. *Mizan; Jurnal Ilmu Syariah, Fai Universitas Ibn Khaldun (Uika) Bogor Vol. 4 No. 2*, 4(2).
- Morgan Glucksman. (2017). The Rise Of Social Media Influencer Marketing On Lifestyle Branding: A Case Study Of Lucie Fink. *Elon Journal Of Undergraduate Research In Communications*, 8(2).
- Nabila, N., & Kusnadi, I. (2020). Pengaruh Pemahaman, Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Minat Untuk Berinvestasidi Pasar Modal Syariah. *Jurnal Kajian Perbatasan Antarnegara, Diplomasi Dan Hubungan Internasional* , 3(1), 124–140.
- Nagy, R. A., & Obenberger, R. W. (1994). Factors Influencing Individual Investor Behavior. *Financial Analysts Journal*, 50(4).
<https://doi.org/10.2469/faj.v50.n4.63>
- Nasrullah, R (2015) Media Sosial Prespektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nasution, S. (2021). *Pengaruh Media Sosial Instagram Idx Riau Terhadap Minatinvestorberinvestasi Di Galeri Investasi Syariah-Bei Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Suska Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*.

- Nisa, A., & Zulaika, L. (2017). Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi*, 2(2), 22–35.
- Nyoman, N., Seni, A., Made, N., & Ratnadi, D. (2017). Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. In *Bisnis Universitas Udayana* (Vol. 6).
- Pahlevi, F. S. (2021). Legal Standing Influencer Saham Di Indonesia (Legal Standing Of Stock Influencer In Indonesia). *Journal Of Sharia And Economic Law*, 1(2), 17–41. <https://doi.org/10.21154/Invest.V1i2.2908>
- Pajar, R. C., & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Fe Uny. *Profita*, 1(2).
- Pratiwi, D. T. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Awal Investasi Dan Social Media Influencer terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modalskripsi*.
- Puji, P. (2021, Agustus). Investasi Pasar Modal Kian Diminati. Diakses dari <https://banyumas.suaramerdeka.com/ekonomi/pr-09599787/investasi-pasar-modal-kian-diminati>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 103-110.
- Ridwan, & Akdon. (2010). *Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rosendar, Yessar (19 Februari 2021). Mengapa Orang Bisa Tertipu Tiktok Cash. *Theconversation.Com*. Diakses Dari <https://theconversation.com/mengapaorang-bisa-tertipu-tiktok-cash-155633>
- Sari, D. R. (2017). *Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Dan Pendidikan Terhadap Keputusan Investasi Keluarga Etnis China Di Surabaya* (Doctoral Dissertation, Stie Perbanas Surabaya).
- Sari, S. (2019). Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(2). <https://doi.org/10.37676/Professional.V6i2.943>

- Slameto (2010). *Belajar & Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Solis, B., & Webber, A. (2012). The Rise Of Digital Influence. *Group*, 1–33.
Www.Altimetergroup.Com
- Sugiyono, Prof. Dr. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. In *Alfabeta, Cv*.
- Susilowati, Y. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Syariah Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 1689-1699
- Tandelilin, E. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen Investasi*.
- Tandio, T., & Widanaputra, A. A. G. P. (2016). Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi, Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3).
- Wardani, D. K., & Supiati. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal Dan Persepsi Atas Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 13–22. [Http://Journal.Maranatha.Edu](http://Journal.Maranatha.Edu)
- Wibowo, A. R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Masyarakat Di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Malang) Masyarakat Di Pasar Modal Syariah (Studi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 8(2).
- Yusuf, M. (2019). Pengaruh Kemajuan Teknologi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 2(2). [Https://Doi.Org/10.21009/Jdmb.02.2.3](https://doi.org/10.21009/Jdmb.02.2.3)
- Yuswohady (2016). *Millennial Trends*
2016. [Http://Www.Yuswohady.Com/2016/01/17/Millennial-Trends-2016/](http://www.Yuswohady.Com/2016/01/17/Millennial-Trends-2016/).