

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., Maslichah, & Junaidi. (2019). PENGARUH PENGETAHUAN DAN PEMAHAMAN INVESTASI, MODAL MINIMUM INVESTASI, RETURN, RISIKO DAN MOTIVASI INVESTASI TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI PASAR MODAL (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS KOTA MALANG). *E-Jra*, 08(05), 38–52.
- Akbar Nasrum, M. (2018). Metode Penelitian: Uji Normalitas Data. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 45-58.
- Akmal, H., & Saputra, Y. E. (2016) Analisis Tingkat Literasi Keuangan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), 1-58
- Alquraan, T., Alqisie, A., & Al Shorafa, A. (2016). Do Behavioral Finance Factors Influence Stock Investment Decisions of Individual Investors? (Evidences from Saudi Stock Market). *American International Journal of Contemporary Research*, 6(3), 159–169. www.aijcrnet.com
- Annur, C. M. (2023). Investor Pasar Modal Indonesia Didominasi Gen Z dan Milenial. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/06/investor-pasar-modal-indonesia-didominasi-gen-z-dan-milenial>
- Aren, S., & Zengin, A. N. (2016). Influence of Financial Literacy and Risk Perception on Choice of Investment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235(October), 656–663. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.047>
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Badan Pusat Statistik. (2023). Jumlah Perguruan Tinggi, Dosen, dan Mahasiswa2 (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Menurut Provinsi, 2022. <https://www.bps.go.id/id/Statistics-table/3/Y21kVGRHNXZVMEI3S3pCRllyMHJRbnB1WkVZemR6MDkjMw==/jumlah-perguruan-tinggi1--dosen--dan-mahasiswa2--negeri-dan-swasta--di-bawah-kementerian-pendidikan--kebudayaan--riset--dan-teknologi-menurut-provinsi--2022.htmlojk> 2022
- Bappebti. (2022). *Tembus 16,1 Juta, Jumlah Investor Kripto Meroker Hingga 40%*. https://bappebti.go.id/pojok_media/detail/11407
- BPS Provinsi D.I. Yogyakarta. (2024). Proyeksi Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di D.I. Yogyakarta (x 1000), 2017-2025 (Jiwa). [Online] Retrieved from: <https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/12/174/1/proyeksi-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-d-i-yogyakarta-x-1000-2017-2025.html>Kemendikbud 2020
- Bursa Efek Indonesia (IDX). (2019). Galeri Investasi BEI dan Komunitas Pasar Modal. <https://www.idx.co.id/produk/galeri-investasi-bei-komunitas-pasar-modal>
- Bursa Efek Indonesia. (2022). Pasar modal Indonesia menguat dorong pemulihan ekonomi. Otoritas Jasa Keuangan. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Siaran-Pers-Penutupan-Perdagangan-BEI-Tahun-2021.pdf>OJK 2022

- Chaterine, R. N. & Rastika, I. (2022). Bareskrim Tangani 16 Kasus Investasi Bodong Sejak 2019 Hingga 2022. *Kompas*. <https://nasional.kompas.com/read/2022/09/29/13125821/bareskrim-tangani-16-kasus-investasi-bodong-sejak-2019-hingga-2022>
- Demircan, M. L. et al. (2016). Impact of Financial Literacy on the Behavioral Biases of Individual Stock Investors : Evidence from Borsa Istanbul. *Business and Economics Research Journal*. 7(3), 1–19. <https://doi.org/10.20409/berj.2016321805>
- Dewi, N. N. S. R. T., Adnantara, K. F., & Asana, G. H. S. (2018). Modal Investasi Awal dan Persepsi Risiko Dalam Keputusan Berinvestasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(2), 173–190. <https://doi.org/10.23887/jia.v2i2.15636>
- Fauziah, W. (2023). *Analisis Literasi Kueangan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi*. [Tugas Akhir D4 Perbankan Departemen Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada].
- Fauzianti, A., & Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi , Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 09(1), 26–35.
- Felicia Putri. Influencer Keuangan dan Investasi. *Blog Pribadi*. <https://feliciaputritjiasaka.com>
- Fong, C. M., Chan, K. C., & Chen, M. F. (2021). Financial Literacy and the Risk Taking of Retail Investors. *Journal of Empirical Finance*, 62, 101854
- Freberg, K., Graham, J., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). The Influence of Social Media Influencers on Brand Perceptions and Purchase Intentions. *Journal of Interactive Advertising*, 11(2), 2-13
- Gashi, V. (2017). The Impact of Social Media Influencers on Consumers' Purchase Intention. *Journal of Marketing Communications*, 23(4), 323-339.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitman, L.J., & Zutter, C. J. (2015). The Capital Market. In L. J. Gitman, & C. J. Zutter, *Principles of Managerial Finance* (pp. 81-82). HarlowL Pearson Education Limited.
- Hafiz, Muhammad. P. A. (2023). Survei: Nano Influencer Berdampak Paling Besar ke Pembelian Konsumen. *Marketeers*. <https://www.marketeers.com/survei-nano-influencer-berdampak-paling-besar-ke-pembelian-konsumen>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–151. <https://doi.org/10.2753/MTP10696679190202>
- Hidayat, V. E., & Pamungkas, A. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Toleransi Risiko terhadap Keputusan Investasi pada Saham. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 767–776. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19771>
- Hidayah, N., & Permana, B. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Pembelian pada Pemanfaatan Layanan Jasa Keuangan Investasi Aplikasi Bibit. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIIP)*, 6(11), 8968-8976
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *The Journal of Consumer Affair*,

- 44(2), 296-316
- Jappelli, T., Padula, M., (2013). Investment in Financial Literacy and Saving Decisions. *J. Bank. Finance*, 37(8), 2779-2792
- Kusnandar, B. V. (2023). Piramida Penduduk Indonesia 2022, Usia Produktif Mendominasi. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/piramida-penduduk-indonesia-2022-usia-produktif-mendominasi>
- Mahdi, S.A., Jeandery, G., & Wahid, F.A. (2020). Pengetahuan, Modal Minimal, Motivasi Investasi dan Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen Multiparadigma*, 1(E-ISSN 2686-4932), 44-45. <http://ejournal.unkhair.ac.id/index.php/jeamm/issue/view/245>
- Marlin, K. (2020). Pengaruh pengetahuan Investasi, persepsi return, dan motivasi Investasi terhadap minat investasi pada galeri investasi syariah bursa efek Indonesia IAIN Batusangkar. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(e-ISSN: 2548-1398).
- Lusardi, A. and Mitchell, O.S. (2006), "Financial literacy and planning: implications for retirement wellbeing", working paper, Pension Research Council, Wharton School, University of Pennsylvania, Philadelphia, PA.
- Lusardi, A. and Mitchell, O.S. (2007), "Financial literacy and retirement preparedness: evidence and implications for financial education", *Business Economics*, Vol. 42, pp. 35-44
- Mutawally, F. W., & Haryono, N. A. (2019). Pengaruh Financial Literacy, Risk Perception, Behavioral Finance Dan Pengalaman Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(4), 942–953.
- Nisa, R. R. (2019). PENGARUH SOCIAL MEDIA INFLUENCER DAN TRUSTWORTHINESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MAKE OVER (DI ROYAL PLAZA). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2), 479-482
- Pahlevi, R. (2022). Survei KIC: Bibit Jadi Aplikasi Reksa Dana Favorit di Indonesia. *Katadata Media Networks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/survei-kic-bibit-jadi-aplikasi-reksa-dana-favorit-di-indonesia>
- Pradikasari, E., & Isbanah, Y. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Illusion of Control, Overconfidence, Risk Tolerance, dan Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4), 424–434.
- Pramesthi, J. A. (2021). Meaning Transfer Model pada Social Media Influencer. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 1. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i1.4293>
- Ringgo, J.S. (2021). MENEROPONG GAIRAH BARU PROSPEK INVESTASI. *Katadata*. <https://katadata.co.id/yurasyahrul/analisisdata/62012ee2968d8/meneropong-gairah-baru-prospek-investasi-2022>
- Ringgo, A. (2021). Investasi Pilihan Generasi Muda. *Katadata Insight Center*. <https://katadata.co.id/insight>
- Saiang, H. V., Regita, T. I., Indahsari, Y., Rahmasari, M. D., & Fitriani, E. (2022).

- PENGARUH INFLUENCER SAHAM TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI MILENIAL PADA PASAR MODAL. *Jimek: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 5(1). <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Saiang, F., Andriani, D., & Marissa, N. (2022). Pengaruh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Keuangan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(3), 75-89.
- Santi, J. T. (2021). Jumlah Investor Pasar Modal Melonjak 89,58 Persen. *Kompas*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/12/24/jumlah-investor-pasar-modal-melonjak-8958-persen>
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Generasi Z :Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Stopler, C. E. (2018). Financial literacy and mutual fund ownership. *Journal of Financial Economics*, 128(2), 282-304
- Strovens, A. (2022). Finance Influence Have a Positive Impact on 50% of People. *Sortlist*. <https://www.sortlist.com/datahub/reports/finance-influencers>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&Dsugiyono). *Metodelogi Penelitian*.
- Tai, Yuen Z. (2023). A STUDY ON EFFECTS OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS ON UNIVERSITY STUDENTS PURCHASING DECISION. [A Research Project Submitted in Partial Fulfillment of The Requirements for Bachelor of Media and Creative Studies (Honours) Faculty of Creative Industries, Universiti Teuku Abdul Rahman].
- Tandelilin, E. (2001). Analisis Investasi dan Manajemen Potofolio.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tandelilin, E. (2017). *Pasar Modal : Manajemen Portofolio & Investasi* (G. Sudibyo (ed.)). PT Kanisius.
- Wicaksono, M. A., Mazaya Lathifah, H., Assidiq, M. F., Sobaya, S., & Timorita Yulianti, R. (2022). Effect of Formal Education, Social Media, and Influencer on Interest in Making Sharia-Stock Investment Among Students at SMA N 2 Sleman. *KnE Social Sciences*, 100–110. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i10.11349>
- Van Rooij, M., Lusardi, A., Alessie, R., & Bolhuis, S. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, 101(2), 449-472
- Virigineni, M., & Rao, M. B. (2017). Contemporary Developments in Behavioural Finance. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(1), 448–459.
- Wilda, F. (2023). Literasi Keuangan dan Keputusan Berinvestasi. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 10(2), 123-134.
- Winosa, Y. (2023). CELIOS: Investor Lebih Percaya Influencer Ketimbang Financial Planner. *Trenasia*. <https://www.trenasia.com/celios-investor-lebih-percaya-influencer-ketimbang-financial-planner>
- Zanesty, R. A. R., Prakasa, T. A. D., Alina, I. C., & Rakhmawati, N. A. (2022). Analisis Pengaruh Influencer Sosial Media terhadap Keputusan

Masyarakat Indonesia dalam Pembelian Cryptocurrency. *Bisnis Dan Iptek*, 15(1), 44–59. <https://doi.org/10.55208/bistek>

Zanesty, D., & Amalia, S. (2022). Keberhasilan Influencer dalam Meningkatkan Kepercayaan Audience. *Jurnal Komunikasi*, 11(4), 209-225