

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icenk. 1991. The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior And Human Decision Processes. Vol 5. Hal 179-211.
- Asrori.(2020). Psikologi Pendidikan. Jawa Tengah: CV Pena Persada.
- Bodie, Zvi, et al. (2006). Investasi Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- BPKM. 2022. Bahlil : Realisasi Investasi Triwulan I Tahun 2022 Rp 282,4 Triliun. Online. <https://setkab.go.id/bahlil-realisasi-investasi-triwulan-i-2022-rp2824-triliun/>. Diakses 4 juni 2022.
- Ebbert & Griffin. (2014). *Pengantar Bisnis Edisi Ke Sepuluh*. Jakarta:Erlangga.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Grail Research. 2011. *Consumers Of Tomorrow Insight And Observations About Generation Z*.
https://www.integreon.com/pdf/Blog/Consumers_of_Tomorrow_Insights_and_Observations_About_Generation_Z_246.pdf. diakses Mei 2023.
- Hadi, Sutrisno. 1991. Statistik dalam Basic Jilid 1. Yogyakarta; Andi Offset.
- Hati, S.W. & Harefa, W.S. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial. *Journal of Business Administration*, 3(2), 281-295.
- Hazlina, N. 2022. *Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Resiko Dan Return Terhadap Minat Generasi Milenial Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau)*. Skripsi thesis. Program Studi Akuntansi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau.
- Isticharoh, I., & Kardoyo, K. 2020. Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 892-906. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i3.42414>.
- Kaplan, A dan Haenlein, M. 2010. "Users of the World, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media" *Business Horizons* 53. Hlm: 59-68.
- Kartini, S. (2019). Konsumsi dan Investasi. Semarang: Mutiara Aksara.
- KSEI. 2022. Statistik Pasar Modal Indonesia. Online. <https://www.ksei.co.id>. Diakses 20 Mei 2022.

- Kupperschmidt, B. R. (2000). Multigeneration employees : Strategies for effective management. *Health Care Manager*, 19 (1), 65-76.
- Ladamay, et al. 2021. Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbal Hasil, Dan Religiusitas Terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z Di Jakarta. *Jurnal Islamic Economic*, 7(2), 161-185.
- Notoatmodjo, S. (2014). *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurdiana, Siti. (2017). Identifikasi Pengguna Media Sosial Yang Berpengaruh Berdasarkan Graph Dengan Metode Social Network Analysis. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Pavlou, P. A. (2010), "Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model." *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 7 (3).
- Permana, I. 2017. *Pengaruh Tayangan Media Sosial Youtube Terhadap Perkembangan Perilaku Menyimpang Siswa Di Sekolah Sma Indonesia Raya Bandung*. Skripsi thesis. Program Studi PPKN Universitas Pasundan, Bandung.
- Permata, I.J.B. 2021. *Analisis Pengaruh Edukasi Pasar Modal Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi (Studi Pada Generasi Milenial Usia 18-34 Tahun Di Jawa Barat)*. Skripsi. Program Studi Manajemen Keuangan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri, Jakarta.
- Phan, Khoa Cuong dan Zhou Jian. 2014. Factors Influencing Individual Investor Behavior : An Empirical Study of the Vietnamese Stock Market. *American Journal of Business and Management*, 3(2), 77-94.
- Pradana, M. G., Nurcahyo, A. C., & Saputro, P. H. (2020). Pengaruh Sentimen Di Sosial Media Dengan Harga Saham Perusahaan. *Eduatic - Scientific Journal of Informatics Education*, 6(2). <https://doi.org/10.21107/edutic.v6i2.6992>.
- Puntoadi, Danis. (2011). Meningkatkan penjualan melalui media sosial. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rachmawati, D. (2019). Welcoming Gen Z in Job World (Selamat Datang Generasi Z di Dunia Kerja). *Proceeding Indonesia Career Center Network Summit VI*, 23
- Rastati, R. (2018). Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta. *Jurnal Teknologi Pendidikan*. Vol 6, 62-64.

- Ratmojoyo, Y. S., Supriyanto, T., & Nugraheni, S. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Saham Syariah. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 115–131.
- Rini, E.M. 2019. Manfaat Investasi Di Pasar Modal Untuk Indonesia. *Philip Sekuritas Indonesia*. Dari https://www.poems.co.id/htm/Freeducation/LPNewsletter/v76/news02_vol76.ManfaatInvestasiPasarmodal.html. diakses Diakses 4 juni 2022.
- Rodhoni, Ahmad dan Fathoni, M.A. (2019). Manajemen Investasi Syariah. Jakarta: Penerbit Salemba Diniyah.
- Sahir, S.H. 2021. *Metodologi Penelitian*. Cetakan I. Penerbit KBM Indonesia. Yogyakarta.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L (2010). *Consumer behavior (10th ed.)* USA: Prentica Hall International, Inc.
- Sugiyono. (2008). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta. Edisi 2 Cetakan 3. Alfabeta. Bandung.
- Tandelilin, E. (2017). *Pasar Modal Manajemen Portfolio & Investasi (G. Sudibyo, Ed.)*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Tenia, H. Pengertian Media Sosial-Fungsi, Ciri, Jenis, Dampak Positif, dan Dampak Negatif. 2017.
- Trang, T. M. P., & Tho, N. H. (2017). Perceived Risk , Investment Performance and Intentions in Emerging Stock Markets. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(1), 269–278.
- Turri, A., Maniam, B., & Earl, R. (2007). Effects of Online Trading On The Investment Community. *ASBBS E-Journal*, 3(1).
- Van Dijk. 2013. *The Culture of Connectivity: Critical History of Social Media*. UK: Oxford University Press.
- Wijoyo, H., et al. (2020). *GENERASI Z & REVOLUSI INDUSTRI 4.0*. Banyumas: Pena Persada.

Zainal, A.P.V.R., et al. 2017. *Islamic Marketing Management*, Veithzal Dkk. Jakarta: Bumi Aksara.

Zisa, S.F., Effendi, N., Roem, E.R. 2021. Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Satwika : Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*. Vol. 5, No. 1, pp. 69-87.