

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Mintarti Indartini, M. (2023). Analisis Data Kuantitatif. In *Penerbit Lakeisha* (Vol. 3, Issue 3).
- Pakpahan, A. F., Prasetyo, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, T., Sipayung, P. D., Sesilia, A. P., Rahayu, P. P., Purba, B., Chaerul, M., Yuniwati, I., Siagian, V., & Rantung, G. A. J. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*.
- Suriani, S. (2022). *Financial Behavior* (M. A. Dr. Suginam, S.E., M.Ak. & Vina Winda Sari, SE. (ed.)). yayasan kita menulis.
- Wardhana Aditya, (2024), “*Consumer Behavior In The Digital Era 4.0 – Edisi Indonesia*”. Eureka Media Aksara, Agustus 2024 Anggota Ikapi Jawa Tengah No. 225/Jte/2021.

Jurnal :

- Abdullah, M. H. S., & Faisal, A. (2022). The Role of Social Media Marketing Activities in Increasing Brand Loyalty. *Jurnal Ekonomi*, 27(3)(3), 478–499.
- Afni, C. A. N., & Roostika, R. R. R. (2024). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial, Kepercayaan Merek Dan Persepsi Nilai Terhadap Niat Beli Makeup Lokal. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 710–725. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4065>
- Ainun Padilah Siregar, Anggita Dwi Ananda, Cheryne Vedra Rananda, & Tiara Putri Azzahra. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Keamanan, Dan Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Minat Investasi Online (Studi Kasus Mahasiswa Tingkat Strata Satu). *Student Research Journal*, 1(3), 393–410. <https://doi.org/10.55606/srj-yappi.v1i3.355>
- Albar, I., & Permatasari, B. (2024). Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Berbelanja Melalui E-Commerce Di Lampung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2), 115–129.
- Almansour, B. Y., Elkrggli, S., & Almansour, A. Y. (2023). Behavioral finance factors and investment decisions : A mediating role of risk perception Behavioral finance factors and investment decisions : A mediating role of risk perception. *Cogent Economics & Finance*, 11(2). <https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2239032>
- Alrahmanto, Laynita Sari, & Dewi Zulvia. (2025). Literasi Keuangan Dan Toleransi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Anggota Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Padang. *Jurnal*

Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan, 6(2), 11.
<https://doi.org/10.53697/emak.v6i2.2364>

Alsya Salwa Fadhillah, Mustika Rahmaniah, Syalsa Dania Putri, Muhammad Dirga Febrian, Muhammad Cahyo Prakoso, & Nurlaela, R. S. (2024). Sistem Pengambilan Contoh dalam Metode Penelitian. *Karimah Tauhid*, 3(6), 7228–7237. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i6.14047>

Amanda, S. Y., Surus, M., & Alimbel, F. (2024). *Strategi Digital Marketing Terhadap Minat Investasi Generasi Z Pada Investasi Emas Digital Bank Syariah Indonesia Dengan Brand Image Sebagai Mediasi*. 7(November).

An, G. K. (2025). *Uncovering the influence of social media marketing activities on Generation Z ' s purchase intentions and eWOM for organic cosmetics*. 1–27. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0325953>

Anas, A. M., Abdou, A. H., Hassan, T. H., Mohamed, W., Alrefae, M., Daradkeh, F. M., El-amin, M. A. M., Basheer, A., Kegour, A., Mostafa, H., & Alboray, M. (2023). *Satisfaction on the Driving Seat : Exploring the Influence of Social Media Marketing Activities on Followers ' Purchase Intention in the Restaurant Industry Context*.

Deni Wardani, E. K. (2021). Faktor Pengaruhi Minat Mahasiswa dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 4(3), 113. <https://doi.org/10.35384/jemp.v4i3.208>

Dewi, S. N., Riyadi, J. S., & Haryanto, A. T. (2020). Dimensi Social Media Marketing Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Umkm Di Wilayah Boyolali Dengan Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi. *ProBank*, 5(1), 36–44. <https://doi.org/10.36587/probank.v5i1.566>

Dyah Cahyasari. (2024). Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1199–1207. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1155>

Elsalonika, A., & Ida, I. (2025). Perilaku keuangan Generasi Z: Peran penerapan financial technology, literasi keuangan, dan efikasi diri. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 365–379. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i2.32838>

Faizah, H. N. (2025). *Pengaruh perilaku keuangan terhadap minat investasi di pasar modal syariah pada gen z stei sebi*. 2(2), 151–169.

Fietroh, M. N., & Andriani, B. S. (2021). Peran Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Untuk Meningkatkan Minat Investasi Mahasiswa. *Samalewa*:

Jurnal Riset & Kajian Manajemen, 1(2), 153–160.
<https://doi.org/10.58406/samalewa.v1i2.468>

- Fifianawati, Alfinda Damayanti, Diva Meizahra Aulia Rahma, Tri Nur Wahadah, Ethika Kirana Putri, C. A. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Manfaat, Risiko Dan Kepercayaan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Pada Saham Syariah. *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 13, 183–198.
- Fitriyani, F. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing, E-Wom dan Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian di Perusahaan Investasi. *Kajian Branding Indonesia*, 5(1), 35. <https://doi.org/10.21632/kbi.5.1.35-49>
- Gaspar, N. A., Waworundeng Welly, & Kumayas Neni. (2023). Efektivitas Pelayanan Publik Berbasis Aplikasi Bitung Digital City (DC) Di Kecamatan Madidir Kota Bitung. *Jurnal Governance*, 3(1), 1–9.
- Herindar, E., Shabrina, A., & Krisnawati, R. (2021). The Influence Of Social Media Marketing On Investment In Sharia Capital Market. *Ekonomi Islam Indonesia*, 3(2). <https://doi.org/10.58968/eii.v3i2.28>
- Herman Sjahrudin, Eldi Eldi, Ika Ta'bi, Iva Ta'bi, S. A. S. (2024). Dampak Dimensi Pengetahuan Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pelaku Umkm. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 220–231.
- Hermansyah, N. S., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Pengaruh Harga dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli Konsumen Bloods Clothing Industries Concept Store Karawang. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 463–476. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.852>
- Hidayati, F. N., Priyono, B., Stia, P., & Jakarta, L. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli pada UMKM Sprouts Farms. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6(1), 35.
- KSEI. (2024). *Pertumbuhan Investor SID Pertumbuhan investor*. 1–15. www.ksei.co.id
- KSEI. (2025). *Statistik Publik Januari 2025 final*. 1–16.
- M. Ikhwan Syarif, Suhairi, & Siti Aisyah. (2025). Pengaruh Social Media Marketing, Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Customer Engagement. *Jurnal Ekonomi*, 30(1), 48–70. <https://doi.org/10.24912/je.v30i1.2935>
- M Alfarisi, M. Ridwan Basalamah, R. T. H. (2024). Pengaruh Customer Experience, Customer Trust Dan Customer Value Terhadap Customer Loyalty (Studi

- Kasus Pada Pelanggan Wizzmie Cabang Tlogomas). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 627–638.
- Maria Florensa, Andreas Rengga, & Konstantinus Pati Sanga. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(4), 210–234. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i4.3339>
- Marsitin, R., & Sesanti, N. R. (2022). *SOROT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Pelatihan Analisis Data Menggunakan Aplikasi Statistik SPSS*. 1(2), 25–28. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/sorot>
- Maskhuliah, P., Rimosan, N. B. A., Maimanah, I., Prawati, D., Rahmadani, N., & Nisa, M. M. K. (2025). Konsep Dasar Pengukuran Dan Skala Dalam Penelitian Manajemen Pendidikan: Kajian Pustaka. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan*, 02(01), 565–572.
- Nesia, S., & Widayati, I. (2022). Efek Motivasi Investasi Sebagai Moderator Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 10(3), 267–281. <https://doi.org/10.26740/jpak.v10n3.p267-281>
- Nogueira, M. C., Almeida, L., & Tavares, F. O. (2025). Financial Literacy, Financial Knowledge, and Financial Behaviors in OECD Countries. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(3), 1–15. <https://doi.org/10.3390/jrfm18030167>
- Novita, D., & Wulandari, S. (2020). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi (Participation) Pelanggan Wulan Rent Car. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 6(3), 259. <https://doi.org/10.30998/jabe.v6i3.4934>
- Nur, A., Muhammad, P., Alam, N., Dwiarta, R., & Fitri, T. H. (2025). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Investasi Di Kalangan Investor Muda*. 01(03), 277–294.
- Oktavia, V. D., Sarsono, S., & Marwati, F. S. (2022). Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Pada Cv Cipta Kimia Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 540. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4656>
- Pakpahan, A. F., Prasetio, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, T., Sipayung, P. D., Sesilia, A. P., Rahayu, P. P., Purba, B., Chaerul, M., Yuniwati, I., Siagian, V., & Rantung, G. A. J. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*.
- Parlindungan Nadapdap, J., Ayustia, R., Pangeran, P., Clara Audrey Kaseger, R., Shanti Bhuana, I., & Kristen Duta Wacana, U. (2023). System Dynamics

- Model : Investment Behavior Model Dinamika Sistem : Perilaku Investasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 723–735. <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Pillai, R., Kumar, P., Kumar, N., & Tabash, M. I. (2025). *Decoding financial behaviour through cognitive and digital pathways : A hybrid SEM – ANN study among Indian working women*. 25(September), 87–100.
- Putra, A. Y., & Latifah, F. N. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI KCP Ahmad Yani. *Jurnal Tabarru: Islamic Banking and Finance*, 8(1), 193–205.
- Regiansa, A., & Mubarak, D. A. A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Yamaha NMAX di Kota Bandung). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 24–38. <https://doi.org/10.47747/jismab.v1i1.11>
- Ridha, N. (2020). Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 39(1), 672–673. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Rinata, Y. A. C., Mawasti, A., & Koesworo, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Mie Gacoan Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 13(1), 13–24. <https://doi.org/10.33508/jumma.v13i1.5733>
- Sadeli, Y. A., Amiruddin, A., & Darmawati, D. (2021). Eksplorasi Perilaku Investor Individu Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Suatu Pendekatan Fenomenologi. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 18(3), 279–289. <https://doi.org/10.37476/akmen.v18i3.1754>
- Salsabila Ramadhania; Astrie Krisnawati. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap Kesejahteraan finansial dengan perilaku Keuangan sebagai variabel mediasi dan gender Sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 494–512.
- Sanjaya, A. S. (2021). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap Minat Beli. *Climate thirty. Performa*, 5(4), 272–278. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1780>
- Saputra, R., & Wala, G. N. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen dalam Industri Jasa (Study Literature Review). *Jurnal Greenation Sosial Dan Politik*, 2(2), 88–99. <https://doi.org/10.38035/jgsp.v2i2.202>
- Setiawan, D., & Eko Prasetyo Utomo, P. (2024). Analisis Sistem E-Dimas Universitas

- Jambi dengan Pendekatan HOT-FIT Model. *Universitas Jambi Naskah Diterima: 12 Juni, 01*, 80–80. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp77-87>
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumenterhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 111–119. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp111-119>
- Siti Nurhalizah, G. K., & Z, G. (2023). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3), 48–55.
- Siti Romdona, Silvia Senja Junista, A. G. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara Dan Kuesioner. *Jisosepol: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1), 39–47.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731.
- Suriani, S. (2022). *Financial Behavior* (M. A. Dr. Suginam, S.E., M.Ak. & Vina Winda Sari, SE. (ed.)). yayasan kita menulis.
- Theresia, W., & Rostiana. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Dan Faktor Sosial Terhad... *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, Vol. 8 No.*, 881–894.
- Thuy, T., Ngo, A., Khuong, G., Khoa, D., Quynh, N., & Nguyen, N. (2025). *Acta Psychologica Leveraging social media marketing activities (SMMAs) to enhance consumer satisfaction and purchase intention for bio-cosmetics. 261*(May).
- Tonda, F., & Asif Khan, M. (2024). Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(3), 305–318. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3.213>
- Umul Qiromah, Sarwo Edy, Sakum, & M H Ainulyaqin. (2024). Analisis Strategi Marketing Mix pada Esteh Indonesia dalam Perspektif Ekonomi Islam. *EconomicReviewsJournal*, 3(1), 312–329. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.153>
- Viorentina, F. D. (2023). Pengaruh Perceived Value Dan Trust Terhadap Intention To Recommend Dengan Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Aplikasi Bibit). *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(2), 1486–1502. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.49887>

Wardhana, A. (2024). Kepercayaan Pelanggan. In *PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA* (Issue August).

Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Meidyansyah, F. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1026–1036. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1471>

Yolanda, R., & Lidyah, R. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 01(04), 837–845. <https://jurnal.itc.web.id/index.php/jebd/article/view/1007%0Ahttps://jurnal.itc.web.id/index.php/jebd/article/download/1007/900>

Website :

<https://ecampus.bungabangsacirebon.ac.id/iaibbc/> (23 Desember 2025 pukul 14.00 WIB)

<https://goodstats.id/article/investor-pasar-modal-indonesia-didominasi-gen-z-dan-milenial-nBS64> (23 Agustus 2025 pukul 10.00 WIB)

<https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt> (23 Agustus 2025 pukul 05:50 WIB)

<https://ugj.ac.id/> (23 Desember 2025 pukul 14.20 WIB)

<https://uinssc.ac.id/> (23 Desember 2025 pukul 14.15 WIB)

<https://umc.ac.id/tentang-umc/> (23 Desember 2025 pukul 15.00 WIB)

<https://www.bareksa.com/berita/belajar-investasi/2025-06-04/jumlah-investor-saham-tembus-7-juta-reksadana-1535-juta-sbn-12-juta> (04 Juni 2025 pukul 21.00 WIB)

<https://www.idnfinancials.com/id/news/53173/bei-bidik-200-ribu-investor-saham-syariah-sandiaga-potensinya-besar#:~:text=Kepala%2520Divisi%2520Pasar%2520Modal%2520Syariah,dan%2520berkelanjutan%252C%E2%80%9D%2520ungkap%2520Sandiaga> (15 Maret 2025 pukul 22.53 WIB)

KSEI. (2024). *Pertumbuhan Investor SID Pertumbuhan investor*. 1–15.

www.ksei.co.id

KSEI. (2025). *Statistik_Publik_Januari_2025_final*. 1–16.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**