

DAFTAR PUSTAKA

- Abil Yositya Indah Mauliza, & Clarashinta Canggih. (2023). *MINAT BERINVESTASI PADA SAHAM SYARIAH: PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, SISTEM ONLINE TRADING SYARIAH, DAN MOTIVASI*.
- Adibrata, R. A., Hartati, N., & Asih, S. V. (2021). Trust and interest in sharia bonds investment in students of UIN Sunan Gunung Djati Bandung in the new normal period. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 1(3), 538–543.
- Ainun Padilah Siregar, Anggita Dwi Ananda, Cheryne Vedra Rananda, & Tiara Putri Azzahra. (2023a). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN MAHASISWA TERHADAP MINAT INVESTASI ONLINE (STUDI KASUS MAHASISWA TINGKAT STRATA SATU). *Student Research Journal*, 1(3), 372–384. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v1i3.345>
- Ainun Padilah Siregar, Anggita Dwi Ananda, Cheryne Vedra Rananda, & Tiara Putri Azzahra. (2023b). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN MAHASISWA TERHADAP MINAT INVESTASI ONLINE (STUDI KASUS MAHASISWA TINGKAT STRATA SATU). *Student Research Journal*, 1(3), 372–384. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v1i3.345>
- Albab, F. N. U., & Suwardi, E. (2021). The Effect of Tax Knowledge on Voluntary Tax Compliance with Trust as a Mediating Variable: A Study on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 24(03). <https://doi.org/10.33312/ijar.528>
- Andi Kusuma Negara, & Hendra Galuh Febrianto. (2020). *PENGARUH KEMAJUAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN PENGETAHUAN INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI MILENIAL DI PASAR MODAL*.
- Anggini Asmara D. (2020). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, KEBIJAKAN MODAL MINIMUM, PELATIHAN PASARMODAL, MOTIVASI*

INVESTASI, RETURNINVESTASI DAN RISIKO INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA.

Anisa. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INVESTASI SAHAM SYARIAH.*

Ardiansyah, A., & Yenita. (2023). PENGARUH MEDIA SOSIAL, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KUALITAS E-SERVICE TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN DI TERMINAL JATIJAJAR. In *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional* (Vol. 5, Issue 1).

Ardila, G., & Burrohman, M. (2021). *Apakah Pengetahuan Investasi dan Pelatihan Pasar Modal dapat Meningkatkan Minat Investasi Mahasiswa.*

Asny Dina Mardiyana. (2019). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI. MODAL MINIMAL DAN UANG SAKU TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH (Studi pada Mahasiswa yang Tergabung dalam Galeri Investasi Syariah UIN Raden Intan Lampung).*

Asri, R. H., Setyarini, E., & Gisijanto, A. H. (2022). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN PEER TO LENDING.*

Atikah Amaliadianti, Victoria Kesha Ayunarenda, Lukita Wijaya, Hanifah Miftahur Rahma, & Irwansyah. (2024). *Mobile Apps WhatsApp Sebagai Media Komunikasi dan Informasi: Studi Literatur Sistematis.*

Br Hasibuan, C. R., Sipahutar, T. T. U., Simbolon, E. C., & Manurung, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Pasar Modal, Motivasi, Return Investasi dan Resiko Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal. *Owner*, 7(4), 3601–3609. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1671>

Dahlan Malik, A. (2017). ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT BERINVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH MELALUI BURSA GALERI INVESTASI UISI ARTICLE HISTORY. In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* (Vol. 3, Issue 1).

Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). *PENGETAHUAN INVESTASI, MOTIVASI INVESTASI, LITERASI KEUANGAN DAN LINGKUNGAN*

KELUARGA PENGARUHNYA TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL.

- Desri Setia Ningsih, Tiya Nur Rizmaningsih, Yolanda Astrid Gibran, & Rofiul Wahyudi4. (2022). ANALISIS PERAN PERKEMBANGAN FINANCIAL TECHNOLOGY BERBASIS SYARIAH : PEER TO PEER LENDING DAN CROWDFUNDING DI INDONESIA. *JASIE-Journal of Aswaja and Islamic Economics*, 01. <https://doi.org/10.3194/jse.v1i1.6877>
- Eka, R., Zhusuf, F., S, C., Rahmadani, K., & Haqiqi, N. (2022). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MOTIVASI, DAN PELATIHAN PASAR MODAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI YANG DIMEDIASI OLEH MINAT INVESTASI.*
- Fadhlillah Al -Hanaan, M., Nurhadi, M., Rachmat, B., & Ronny. (2023). Social Media Marketing and Purchase Intention: Does Relationship Quality, Brand Trust, and Brand Equity Matter? *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13. <https://doi.org/10.32502/jimn.v13i1.6798>
- Faqih Alfaridzi, A., & Purwanto, E. (2023). Analysis Of Investment Interest In Students Of The Faculty Of Economics And Business UPN Veteran East Java (Case In Mutual Fund Seed Application). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Fatchan, I. N., Fatchan, F. H., Achyani, F., Wardana, C. K., & Kholillulloh, F. (2024). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Berinvestasi. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2).
- Fattah, M. W. (2023). *PENGARUH KEMAJUAN TEKNOLOGI INVESTASI, SOSIAL MEDIA EDUKASI SAHAM, DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL INDONESIA*. 12(4), 2023.
- Fauzianti, A., & Retnosari. (2022). *Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar.*
- Fifianawati, Alfinda Damayanti, Diva Meizahra Aulia Rahma, Tri Nur Wahadah, Ethika Kirana Putri, & Citra Ayudiati. (2023). *PENGARUH*

- PENGETAHUAN, MANFAAT, RISIKO DAN KEPERCAYAAN INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA PADA SAHAM SYARIAH. *Asas Wa Tandhim: Jurnal Hukum, Pendidikan Dan Sosial Keagamaan*, 2(1), 15–36. <https://doi.org/10.47200/awtjhpas.v2i1.1347>
- Firdariani Nabilah, & Hartutik. (2020). *PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS DAN MOTIVASI INVESTASI TERHADAP MINAT BERINVESTASI PASAR MODAL SYARIAH PADA KOMUNITAS INVESTOR SAHAM PEMULA*.
- Firdaus Achmad, rizky, & Ifrochah, N. (2022). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI DAN MOTIVASI INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA POLITEKNIK KEUANGAN NEGARA STAN DI PASAR MODAL*.
- Firdhausa, F., & Apriani, R. (2021). *PENGARUH PLATFORM MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL DALAM BERINVESTASI DI PASAR MODAL* (Vol. 17).
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). *Predicting and Changing Behavior*.
- Fusfita, D., & Solihudin, A. R. (2024). PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI DAN MOTIVASI INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA DI PASAR MODAL. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 7(2), 182. <https://doi.org/10.25273/capital.v7i2.15613>
- Hair, J. F. ., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Hamid, R. S. (2022). Analisis Dampak Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap Kepercayaan. *Jesya*, 5(2), 1563–1570. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.774>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>

- Hikmah, & Ananda Rustam, T. (2020). *PENGETAHUAN INVESTASI, MOTIVASI INVESTASI, LITERASI KEUANGAN DAN PERSEPSI RESIKO PENGARUHNYA TERHADAP MINAT INVESTASI PADA PASAR MODAL*. <https://sultanist.ac.id/index.php/sultanist>
- Ilham, A., & Firdaus, H. M. A. (2023). Mengeksplorasi Dampak Inovasi Teknologi Terbaru dalam Investasi Syariah. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1(6). <https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion/index>
- Ingrid Pamesti, P., & Heradhayksa, B. (2020). Kepastian Hukum Mekanisme Equity Crowdfunding melalui Platform Santara.id sebagai Sarana Investasi. *Jurnal Hukum Ekonomi Islam (JHEI)*, 4(1). www.jhei.appheisi.or.id
- Isnaini, Z., Supriyono, A., Rachma, S. N., Bimbingan,), Islam, P., Hidayatullah, S., & Penulis, K. (2023a). EFEKTIFITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP DALAM KOMUNIKASI KELOMPOK. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 15–27. <https://massive.respati.ac.id>
- Isnaini, Z., Supriyono, A., Rachma, S. N., Bimbingan,), Islam, P., Hidayatullah, S., & Penulis, K. (2023b). EFEKTIFITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP DALAM KOMUNIKASI KELOMPOK. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 15–27. <https://massive.respati.ac.id>
- Isticharoh, & Kardoyo. (2020). *Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial*. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i3.42414>
- Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, & Marko Sarstedt. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition*.
- Jusman, J., & Lestari, T. (2024). *MINAT INVESTASI MAHASISWA DI PASAR MODAL YANG DIDETERMINASI OLEH PENGETAHUAN INVESTASI, MANFAAT INVESTASI DAN MODAL MINIMAL INVESTASI (STUDI PADA MAHASISWA STIE PANCASETIA BANJARMASIN)*.
- Kamal, M. F., & Apriani, R. (2022a). *PENGARUH PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DI ERA DIGITAL TERHADAP INVESTASI DAN PASAR MODAL*. 9(1). <https://doi.org/10.31604/justitia.v9i1>

- Kamal, M. F., & Apriani, R. (2022b). *PENGARUH PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DI ERA DIGITAL TERHADAP INVESTASI DAN PASAR MODAL*. 9(1). <https://doi.org/10.31604/justitia.v9i1>
- Kamal, M. F., & Apriani, R. (2022c). *PENGARUH PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DI ERA DIGITAL TERHADAP INVESTASI DAN PASAR MODAL*. 9(1). <https://doi.org/10.31604/justitia.v9i1>
- Kamil, H. H., & Tanno, A. (2022). Pengaruh Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Dalam Pengambilan Keputusan Investor Berinvestasi, Latar Belakang Pendidikan dan Penghasilan Sebagai Variabel Kontrol. *Owner*, 6(2), 1622–1637. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.568>
- Kartika Stefana, M., Oktafiah, Y., Akraimah, N., & Pudyaningsih, R. A. (2023). *Efektivitas Promosi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Zoya Mode Kota Pasuruan Revenue Manuscript. 1.*
- Kiki Zaenul Fikri. (2023). *PENGARUH PENGETAHUAN, PRESEPSI RESIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL BERINVESTASI DI SECURITIES CROWDFUNDING SYARIAH.*
- Kotler, P. , & K. K. L. (2016). *Marketing Management* (E. P. E. L. Harlow, Ed.; 15th Edition).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. <http://www.pearsonmylabandmastering.com>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th edition).
- Luthfiyah, A., Martia, C., & Nurhasanah, F. (2021). *Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal*.
- Maharani, B., & Hidayah, N. (2021). Peran Media Sosial dalam Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(2), 275–286. <https://doi.org/10.25105/jat.v8i2.9926>
- Mareta, Z., Putri Nugraha, J., Wartini, S., Studi Agribisnis Perikanan, P., & Kelautan dan Perikanan Sidoarjo, P. (2021). *PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISIKO KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI BELANJA ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL EDU MINA MART POLITEKNIK KP*

SIDOARJO THE INFLUENCE OF RISK PERCEPTION AND CONSUMER TRUST ON BUYING INTEREST ONLINE SHOPPING THROUGH EDU MINA MART SOCIAL MEDIA POLITEKNIK KP SIDOARJO. <http://ejournal-balitbang.kkp.go.id/index.php/chanos2>

Maria Yovita Hasri, Wilhelmina Mitan, & Pipit Neken Aurelia. (2024). Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Pasar Modal Melalui Galeri Investasi Universitas Nusa Nipa. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 2(4), 59–70. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i4.2389>

Mauliya, S., & Hasanah, N. (2022). *Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Return terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi pada Fintech Lending Syariah*. www.ojk.go.id,

Miftakul Huda. (2023). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MODAL, RETURN DAN RISK TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DI PONOROGO DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*.

Muhammad Rais, Himmatul Khairi, & Faisal Hidayat. (2023). Pengaruh Teknologi Digital, Religiusitas, Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi Di Saham Syariah. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(2), 342–355. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.7178>

Nadeak, T., Supriatono Purnama, B., Purnama Sari, I., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2024). Pengaruh Pemahaman Investasi dan Modal Minimal terhadap minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Kasus pada mahasiswa Manajemen Keuangan 2019, Universitas Buana Perjuangan Karawang). In *Jurnal Akuntansi dan Keuangan West Science* (Vol. 3, Issue 01).

Nelly, R., Harianto, H., Abd.Majid, M. S., Marliyah, M., & Handayani, R. (2022). Studi Empiris Perkembangan Crowdfunding Syariah di Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1283–1297. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.926>

- Nicholas Arvin Ompusunggu, & Eka Ardhani Sisdyani. (2024). Pengetahuan, Risiko Investasi , dan Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi dengan Sikap Berinvestasi sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 34(4), 875. <https://doi.org/10.24843/eja.2024.v34.i04.p03>
- Nurfadilah, Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI DAN KEMAJUAN TEKNOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DENGAN MINAT INVESTASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO)*.
- Nurfadilah, Wahyuni Ika, & Subaida Ida. (2022). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI DAN KEMAJUAN TEKNOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DENGAN MINAT INVESTASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO)*.
- Oktafia, V., & Sutarso, D. Y. (2024). *Pengaruh Pengetahuan dan Reputasi terhadap Kepercayaan dan Intensi Berkorban di Masjid dengan Moderasi Religiusitas* (Vol. 9, Issue 1). <http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijoieb>
- Panji, M., & Wafiroh, N. L. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosial Media Edukasi Saham Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Malang). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8, 200–206.
- Paulina Digta Isu, Maria P. L. Muga, Sarlin P. Nawa Pau, & Fransina W. Ballo. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Tingkat Financial Literacy dan Faktor Umur Terhadap Keputusan Investasi Emas Pada Pegadaian SoE. *Behavioral Accounting Journal*, 5(2), 143–157. <https://doi.org/10.33005/baj.v5i2.211>
- Pompong, O. D., & Biringkanae, A. (2023). Pengaruh Marketing Mix Dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Uki Toraja). *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 410–415. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v5i2.790>

- Purba, M., Sianturi, K., HayaD, K., & Prima Indonesia, U. (2023). Analysis Of Factors Influencing Student Investment Interest In The Capital Market Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Rahayu, S., & Purbandari, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, dan Keamanan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Investasi pada Investor yang Terdaftar di PT Indopremier Cabang Solo. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 08(01).
- Rangga Eka, Zhusuf Falhamdany, Christnugroho S, Krisna Rahmadani, & Nushron Haqiqi. (2022). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MOTIVASI, DAN PELATIHAN PASAR MODAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI YANG DIMEDIASI OLEH MINAT INVESTASI*.
- Rohyati, Farakh Putri Nur Rokhmah, Haudli Nurfitriah Uskytia Syazeedah, Rista Indah Fitriyaningrum, Gilang Ramadhan, & Muhamad Syahwildan. (2024). *Tantangan dan Peluang Pasar Modal Indonesia dalam Meningkatkan Minat Investasi di Era Digital*.
- Santoso, & Rahardjo. (2021). *SRMR*.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2012). *Consumer Behaviour*.
- Siti Mulyani. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(1), 53–69. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i1.470>
- Solomon, M. R. (2019). *Consumer Behavior_ Buying, Having, and Being*. www.pearson.com/mylab/marketing
- Sridewi. (2023). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MODAL MINIMAL INVESTASI DAN PENGGUNAAN APLIKASI PROFITS ANYWHERE TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sulistya Budi Rahayu. (2021). *PERAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI ATAS PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PENGETAHUAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH*.
- Suryadiningrat, Y., Rahmat, T. Y., & Anandita, R. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan E-Wom Terhadap Kepercayaan dan Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*.
<https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.515>
- Wafa, M., Soedjono, W., & Ashfath, F. (2023). *ANALISIS PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KUALITA INFORMASI DAN KEPERCAYANA INVESTOR TERHADAP MINAT BERPARTISIPASI DALAM E-IPO PADA PASAR MODAL INDONESIA*.
- Wahyu, N., Rusdaryanti, P., Priana Primandana, W., Wardaya, W., Pembangunan, E., Ekonomi, -Fakultas, Pembangunan, B.-U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2024). *ANALYSING THE EFFECT OF E-COMMERCE, INTERNET USERS, AND INVESTMENT ON ECONOMIC GROWTH IN INDONESIA ANALISIS PENGARUH E-COMMERCE, PENGGUNA INTERNET, DAN INVESTASI TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA*.
- Wei, L., & Huang, Q. (2024). Retrospecting Digital Media Use, Negative Emotions, and Trust Gaps During the COVID-19 Pandemic in China: Cross-Sectional Web-Based Survey. *Journal of Medical Internet Research*, 26(1).
<https://doi.org/10.2196/49422>
- Wijayanto, A. P., & Maesarach, R. M. (2024). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Investasi Online Saham Syariah Studi Pada Karyawan Leogatt Group. In *International Journal of Agriculture* (Vol. 1, Issue 1).
<https://edujavare.com/index.php/agriLAQWebsite:https://edujavare.com/>
- Yolan Mahendrayani, P., & Musmini, L. S. (2021). *History: Pengaruh Pemahaman Investasi, Penggunaan Teknologi Media Sosial dan Hubungan Pertemanan*

Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial di Pasar Modal.
<https://doi.org/10.23887/jippg.v3i2>

Yuni Isma Indrayani. (2024). *PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN, BRAND AMBASSADOR DAN IKLAN PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI AJAIB SEBAGAI WADAH BERINVESTASI SECARA ONLINE.*

Zahrah, A., Ladamay, F., Supriyanto, T., & Nugraheni, S. (2021). *Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbal Hasil, dan Religiusitas Terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z di Jakarta.* 7(2), 161.
<https://doi.org/10.21111/iej.v7i2>

Zarouali, B., Brosius, A., Helberger, N., & De Vreese, C. H. (2021). WhatsApp Marketing: A Study on WhatsApp Brand Communication and the Role of Trust in Self-Disclosure. In *International Journal of Communication* (Vol. 15). <http://ijoc.org>.