

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, S. L., & Amanah, L. (2014). Pengaruh Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen, dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 3(9).
- Aji, H. S. (2021). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Bahamas (studi kasus pada media sosial instagram)*. Telkom University.
- Andrian, Christophorus Indra Wahyu Putra, Jumawan, M. F. N. (2022). *Perilaku Konsumen*. Rena Cipta Mandiri.
- Anggraeni, R. (2022). *Minat Masyarakat untuk Berinvestasi Meningkat, Ini Buktinya*. Bisnis.Com.  
<https://finansial.bisnis.com/read/20220812/55/1566146/minat-masyarakat-untuk-berinvestasi-meningkat-ini-buktinya>
- Annisa, N. (2021). *Pengaruh Media Sosial dan Diskon Terhadap Impulse Buying Pada Produk Fashion Romp di Kota Medan*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution (Ed.)). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Astri Rumondang, D. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.
- Bougie, U. S. & R. (2016). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Burhan, F. A. (2021). *Kelola Dana Investasi Rp 5 Triliun, Startup Bibit Gaet Bank Jago*. Katadata.Co.Id.  
<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/60e2a850298f1/kelola-dana-investasi-rp-5-triliun-startup-bibit-gaet-bank-jago#:~:text=Saat ini%2C Bibit telah menggaet lebih dari satu juta pengguna.>
- Dave Chaffey, F. E.-C. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Didin Hadi Saputra, D. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi*

*Lebih Mudah. Yayasan Kita Menulis.*

- DPRD, E.-P. (2021). *Dampak Besar Pandemi di Sektor Ekonomi*. E-Parlemen DPRD Daerah Istimewa Yogyakarta. <https://www.dprd-diy.go.id/dampak-besar-pandemi-di-sektor-ekonomi/>
- Fadly, S. R. (2021). *Aktivitas Pasar Modal Indonesia Di Era Pandemi*. Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-kupang/baca-artikel/13817/Aktivitas-Pasar-Modal-Indonesia-Di-Era-Pandemi.html>
- Handini, S., & Astawinetu, E. D. (2020). *Teori Portofolio dan Pasar Modal Indonesia*. Scopindo Media Pustaka.
- Hidayat, F. (2020). *Pengaruh Sosialisasi Pengetahuan, Pendapatan dan Umur Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal*. Universitas Swadaya Gunung Jati.
- Hidayat, T. (2017). *Value Investing: Beat The Market in Five Minutes!* Elex Media Komputindo.
- Indonesia Jadi Tujuan Investasi Favorit, Pemerintah Terus Dorong Kemudahan Berinvestasi*. (2021). Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2726/indonesia-jadi-tujuan-investasi-favorit-pemerintah-terus-dorong-kemudahan-berinvestasi>
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: Refika Aditama.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Jayani, D. H. (2019). *Tren Positif Reksa Dana Syariah*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/10/tren-positif-reksa-dana-syariah>
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Penerbit NEM.
- Kotler P, D. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi (13th ed.)*. Jakarta: Erlangga.

- Laoly Pratiwi Sirait, A. (2021). *PENGARUH DESAIN PRODUK, DAYA TARIK IKLAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PCX (Studi Pada Honda PCX Club Jakarta)*.
- Latief, N. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Omzet Penjualan Handphone DP Store Makassar*. Universitas Negeri Makassar.
- Liputan6.com. (2022). *Minat Masyarakat Berinvestasi di Perdagangan Berjangka Tumbuh 100 Persen Selama Pandemi*. Liputan6.Com.  
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/5166819/minat-masyarakat-berinvestasi-di-perdagangan-berjangka-tumbuh-100-persen-selama-pandemi>
- Literasi Keuangan*. (2017). Otoritas Jasa Keuangan.  
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- Malik, A. (2021). *Minat Masyarakat atas Produk Investasi Syariah via e-Commerce Terus Meningkat*. PT. Bareksa Portal Investasi.
- Malik, A. (2023). *Studi Schrodgers : Pandemi Ubah Perilaku Investasi Masyarakat*. PT. Bareksa Portal Investasi.  
<https://www.bareksa.com/berita/pasar-uang/2021-07-29/studi-schrodgers-pandemi-ubah-perilaku-investasi-masyarakat>
- Mardia, D. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Maulya, A. (2022). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN CAIR MEREK LUX (Studi Kasus pada Warga Kelurahan Semper Timur Jakarta Utara)*.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*. Simbiosis Rekatama, Bandung.
- Nifti Nadiya Sastirifa, I. H. (2022). *Pengaruh Media Sosial Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sapphire Grup Purwokerto*. Telkom University.

- Nursalam. (2019). *Buku Ajar Makroekonomi*. Deepublish.
- Pahlevi, R. (2022). *Survei KIC: Bibit Jadi Aplikasi Reksa Dana Favorit di Indonesia*. Databoks.Katadata.Co.Id.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/survei-kic-bibit-jadi-aplikasi-reksa-dana-favorit-di-indonesia>
- Pangestu, B. D. B. & A. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi Generasi Milenial di Kota Semarang*. Universitas Stikubank Semarang.
- Perdana, K. E. (2016). *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: LAB KOM Manajemen UBB.
- Purnomo, A. R. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group.
- Rachmawati, H. (2021). *Komunikasi Merek Di Media Sosial & Penerapannya Pada TV Berita*. Deepublish.
- Red. (2021). *Investasi Syariah Generasi Milenial*. Suaramerdeka.Com.  
<https://www.suaramerdeka.com/opini/pr-04949132/investasi-syariah-generasi-milenial?page=2>
- Rizaty, M. A. (2022). *Indonesia Miliki 97,38 Juta Pengguna Instagram pada Oktober 2022*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>
- Rulianti, G. E. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Dalam Berinvestasi Reksa Dana di Aplikasi Bibit*. Universitas Brawijaya.
- Rusmana, A. (2019). *The Future of Organizational Communication in The Industrial Era 4.0*. Media Akselerasi.
- Setiawan, F. (2017). *Buku Ajar Lembaga Keuangan Syariah Non Bank*. Duta Media Publishing.
- Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: Refika Aditama.
- Siregar, S. (2017). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Slamet Riyanto, D. (2022). *Metode Riset Penelitian Kesehatan dan Sains*. Deepublish.
- Soemitra, A. (2017). *Bank & Lembaga Keuangan Syariah: Edisi Kedua*. Prenada Media.
- Suci Purwandari, D. (2022). *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suparmin, A. (2019). *Asuransi Syariah*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Tingkatkan Inovasi dan Kualitas Investasi, BKPM Siap Menyongsong 2022*. (2017). MINISTRY OF INVESTMENT/BKPM.  
<https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/tingkatkan-inovasi-dan-kualitas-investasi-bkpm-siap-menyongsong-2022>
- Wirawan Suryanto, D. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Media Sains Indonesia.