

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., Komala, L., Karlinah, S., (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Asmarantika, R. A., Prestianta, A. M., Evita, N. (2022). Pola Konsumsi Media Digital dan Berita Online Gen Z Indonesia. *Jurnal Unitomo, Ilkom*, e-ISSN: 2579-9436
- Bareksa. (2018, 18 Juli). *Pengertian Reksadana, Jenis, Keuntungan dan Risikonya*. Diambil dari: <https://www.bareksa.com/berita/reksa-dana/2018-07-17/pengertian-reksadana-jenis-keuntungan-dan-risikonya>
- Bibit. (2022, 11 Juli). *Apa Itu Robo Advisor*. Diambil dari: <https://faq.bibit.id/id/article/apa-itu-robo-advisor-lop0vt/>
- Durianto, D. T. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (5th edition.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- IDN Media. (2024). *Indonesia Gen Z Report*. Diambil dari: <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf>
- Idris, Muhammad. (2022, 25 Agustus). *Apa Itu Influencer: Pengertian, Jenis, dan cara kerjanya*. Diambil dari: <https://money.kompas.com/read/2022/08/25/152429226/apa-itu-influencer-pengertian-jenis-dan-cara-kerjanya?page=all>
- Jakartasatu.com. (2023, 6 Oktober). *Impact.com Ungkap Temuan Penting Dalam Laporan Pemasaran Influencer Terbaru*. Diambil dari:

<https://jakartasatu.com/2023/10/06/impact-com-ungkap-temuan-penting-dalam-laporan-pemasaran-influencer-terbaru/>

Kotler, P., Amstrong, G. (2018). *Principles of marketing 17th edition*. England: Pearson

Kotler, P., Keller K. L. (2016). *Marketing Management ed-15*. New Jersey: Pearson Education

Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Laksmi Indraswari, Debora. (2022, 29 Maret). *Geliat Kaum Muda Investasi*. Diambil dari: [https://www.kompas.id/baca/telaah/2022/03/28/geliat-kaum-muda-berinvestasi?status=sukses\\_login&status\\_login=login](https://www.kompas.id/baca/telaah/2022/03/28/geliat-kaum-muda-berinvestasi?status=sukses_login&status_login=login)

Malhotra, N. K. (2014). *Basic Marketing Research 4th Edition (International edition)*. Harlow: Pearson Education Limited.

Mardhatilla, Jasmine. (2019). Pengaruh Konten Instagram @senemu.coffee terhadap Minat Beli Followers-nya di Kafe Senemu 2.1. *Ilmu Komunikasi, FISIP, UNIKOM, Dipati Ukur 112-116*

Maulia, Yussy. (2023, 27 Januari). *Dikenal Sebagai Digital Native, Ini Beberapa Kebiasaan Unik Yang Dimiliki Gen Z*. Diambil dari: <https://nationalgeographic.grid.id/amp/133670803/dikenal-sebagai-digital-native-ini-beberapa-kebiasaan-unik-yang-dimiliki-gen-z>

Mercius, Utami, L. S. S. (2022). Pengaruh Konten Instagram @ridistaonline terhadap Minat Beli Konsumen. *E-Journal Untar, Vol. 2 No. 1 (2023): Kiwari*

Miftahudin, Husen. (2024). *Aplikasi Investasi Digital Bibit Diunduh Lebih dari 10 Juta Kali*. Diambil dari: <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/aNr7yLxb-aplikasi-investasi-digital-bibit-diunduh-lebih-dari-10-juta-kali>

Mutia Annur, Cindy. (2022, 29 November). *Alasan Orang Tak Mau Investasi, Dari Kurang Modal Sampai Takut Riba*. Diambil dari:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/29/alasan-orang-tak-mau-investasi-dari-kurang-modal-sampai-takut-riba>

Nabila, Marsya. (2022, 30 November). *Survei Populix: Di Tahun 2022, Masyarakat Semakin Melek Investasi*. Diambil dari: <https://dailysocial.id/post/survei-investasi-populix>

OkBank. (2022, 7 April). *Macam-Macam Investasi yang Populer di Indonesia Sepanjang Tahun 2022*. Diambil dari: <https://www.okbank.co.id/id/information/news/macam-macam-investasi-yang-populer-di-indonesia-sepanjang-tahun-2022>

Permana, S. D. H., Syahputra, A., Bintoro, K. B. Y., & Ghazi, F. A. (2022). Pengaruh Media Sosial Sebagai Referensi Investasi Digital Generasi Muda Dengan Regresi Linear Berganda. *Jurnal Sistem Informasi Dan Sains Teknologi, Vol. 4 No. 1*, 2622-1004

Putri, F., Hendratmi, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Content Marketing terhadap Purchase Intention Fashion Muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol. 9 No. 5*, 672-680

Quesenberry, K. A. (2019). *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in The Consumer Revolution 2nd Edition*. Lanham: The Rowman & Littlefield Publishing Group, Inc.

Riduwan. (2013). *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Runturambi, J. & Farid. (2022). Pengaruh Konten Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Followers Golden Monkey Malatang Hotpot. *E-Journal Untar, Vol. 2 No. 4 (2023): Kiwari*.

Siyoto, S., Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Solis, Brian. (2011). *Engage! The Complete Guide for Brands and Business to*. Hoboken, N.J: Wiley.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta

Ursachi, G., Hordodnic, I. A., & Zait, A. (2015). *How Reliable are Measurement Scales? External Factors with Indirect Influence on Reliability Estimators*. *Procedia Economics and Finance*, 20(15), 679–686. Diambil dari: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115001239?via%3Dihub>

