

**PENGARUH SOSIALISASI, PENGETAHUAN, DAN
BANDWAGON EFFECT TERHADAP MINAT BERINVESTASI
DI PASAR MODAL SYARIAH PADA GENBI UIN SUNAN
AMPEL SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh
CHETRINE ALYA RINAIMA
NIM: G94219138



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2023**

PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya, Chetrine Alya Rinaima (G94219138) menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Didalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasi orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebear-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 29 Mei 2023

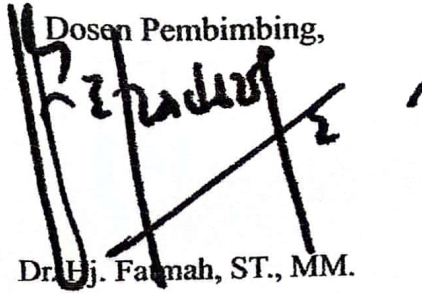


Chetrine Alya Rinaima

NIM. G94219138

Surabaya, 23 Juni 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

Dr. Hj. Fatmah, ST., MM.

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH EDUKASI, PENGETAHUAN, DAN *BANDWAGON EFFECT* TERHADAP MINAT BERINVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH PADA GENBI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

Oleh

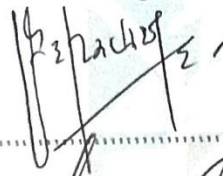
CHETRINE ALYA RINAIMA
NIM : G94219138


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 7 Juli 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Hj. Fatmah, ST., MM.
NIP. 197507032007012020
(Penguji 1)
2. Dr Bakhul Huda, Lc., M.E.I
NIP. 198509042019031005
(Penguji II)
3. Nurul Lathifah, S.A., M.A.
NIP. 198509042019031005
(Penguji 3)
4. Selvia Eka Aristantia, S.A.
M.A
NIP. 199307302019032029
(Penguji 4)

Tanda Tangan


.....

.....

.....

.....



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Chetrine Alya Rinaima

NIM : G94219138

Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah

E-mail address : chetinealya@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

“PENGARUH SOSIALISASI, PENGETAHUAN, DAN BANDWAGON EFFECT TERHADAP MINAT BERINVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH PADA GENBI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA”

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 Juli 2023

Penulis

(Chetrine Alya Rinaima)

ABSTRAK

Bank Indonesia memiliki program pemberian beasiswa kepada mahasiswa di beberapa universitas di Indonesia, dimana salah satunya adalah UIN Sunan Ampel Surabaya dimana komunitasnya disebut dengan GenBI (Generasi Baru Indonesia). Tidak hanya berupa uang beasiswa, BI juga mengadakan program pengembangan dimana salah satunya adalah mengenai investasi pasar modal. Namun dari 75 anggota, hanya 29,33% diantaranya yang baru terjun di pasar modal syariah, sedangkan sisanya sebesar 70,67 belum terjun di pasar modal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosialisasi, pengetahuan dan *bandwagon effect* terhadap minat investasi di pasar modal syariah pada GenBI UIN Sunan Ampel. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah anggota Generasi Baru Indonesia (GenBI) UIN Sunan Ampel Surabaya periode 2022/2023. Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *field research* (penelitian lapangan) menggunakan bantuan SPSS. Data penelitian yang digunakan adalah data primer dimana uji hipotesisnya menggunakan regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan sampel jenuh, dimana semua populasi digunakan sebagai sampel dalam penelitian dengan total 75 orang.

Dari penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa secara parsial sosialisasi (X1) berpengaruh positif terhadap minat investasi di pasar modal syariah, variabel pengetahuan (X2) memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi di pasar modal syariah, dan variabel *bandwagon effect* (X3) berpengaruh positif terhadap minat investasi di pasar modal syariah. Secara simultan, variabel sosialisasi (X1), pengetahuan (X2) dan *bandwagon effect* (X3) berpengaruh terhadap minat berinvestasi dipasar modal syariah.

Saran dalam penelitian ini, bagi GenBI diharapkan untuk lebih meningkatkan intensitas dalam mempelajari pasar modal syariah. Untuk Bank Indonesia diharapkan untuk lebih masif dalam memberi sosialisasi mengenai pasar modal dengan bekerjasama dengan lembaga lain terkait pasar modal. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian yang lebih luas, baik dari segi responden maupun wilayah penelitian.

Kata Kunci : sosialisasi, pengetahuan, *bandwagon effect*, minat investasi, GenBI

ABSTRACT

Bank Indonesia has a scholarship program for students at several universities in Indonesia, one of which is UIN Sunan Ampel Surabaya, where the community is called GenBI (Generasi Baru Indonesia). The program not only provides financial scholarships but also includes development programs, one of which is about investing in the capital market. However, out of 75 members, only 29.33% of them have ventured into the Islamic capital market, while the remaining 70.67% have not yet entered the capital market.

This study aims to analyze the influence of socialization, knowledge, and the bandwagon effect on investment interest in the Islamic capital market among GenBI members at UIN Sunan Ampel Surabaya for the period 2022/2023. The research method used is a quantitative approach with field research, utilizing SPSS as a tool. The research data used is primary data, and multiple linear regression is used for hypothesis testing. The sampling technique employed is saturation sampling, where the entire population of 75 individuals is included as the sample in the study.

The findings of this research conclude that socialization (X1) has a positive influence on investment interest in the Islamic capital market. Knowledge (X2) shows a positive influence on investment interest in the Islamic capital market. The bandwagon effect (X3) also has a positive influence on investment interest in the Islamic capital market. Simultaneously, socialization (X1), knowledge (X2), and the bandwagon effect (X3) collectively influence investment interest in the Islamic capital market.

As recommendations from this study, it is suggested that GenBI members should increase the intensity of learning about the Islamic capital market. Moreover, Bank Indonesia is encouraged to actively promote socialization about the capital market in collaboration with other relevant institutions. For future researchers, it is recommended to conduct broader studies, both in terms of respondents and research areas.

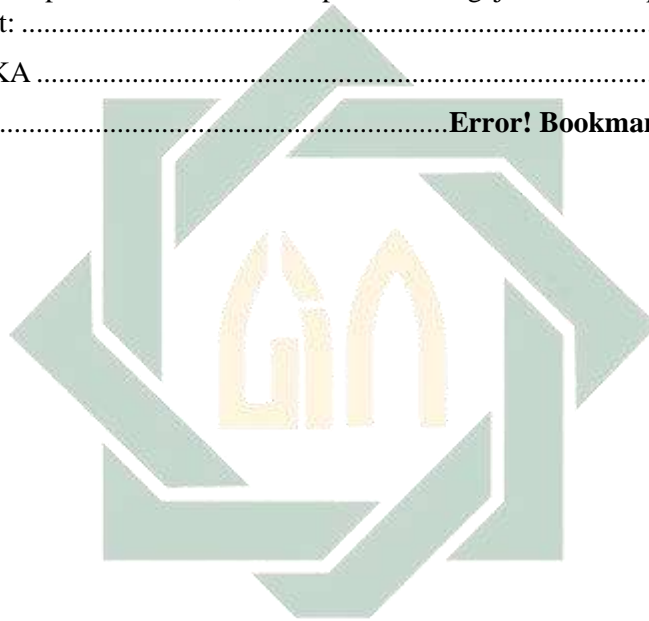
Keywords : socialization, knowledge, bandwagon effect, investment interest, GenBI.

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
BAB 2.....	16
KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1. Landasan Teori.....	16
2.2. Penelitian Terdahulu.....	31
2.3. Kerangka Konseptual.....	35
2.4. Hipotesis.....	36
BAB 3.....	37
METODE PENELITIAN.....	37
3.1. Jenis Penelitian.....	37
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	38
3.4. Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1. Populasi.....	38

3.4.2.	Sampel.....	39
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6.	Variabel Penelitian.....	40
3.7.	Definisi Operasional	41
3.8.	Uji Instrumen Penelitian	43
3.8.1.	Uji Validitas	43
3.8.2.	Uji Reliabilitas	43
3.9.	Teknik Analisis Data.....	44
3.9.1.	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.10.	Uji Hipotesis	45
3.10.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.10.2.	Uji t (Uji Parsial).....	46
3.10.3.	Uji F (Uji Simultan).....	47
3.10.4.	Koefisien Determinasi (R^2).....	47
BAB 4	48
HASIL PENELITIAN	48
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1.	Gambaran Umum GenBI UINSA.....	48
4.1.2.	Visi dan Misi GenBI	49
4.1.3.	Tujuan GenBI.....	49
4.1.4.	Divisi dan Program Kerja di GenBI UINSA.....	50
4.2.	Karakteristik Responden	51
4.2.1.	Responden Menurut Jenis Kelamin	51
4.2.2.	Responden Menurut Program Studi	52
4.3.	Hasil Penelitian	54
4.3.1.	Statistik Deskriptif Penelitian	54
4.3.2.	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	55
4.3.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	58
4.4.	Analisis Model/Pengujian Hipotesis	60
	<i>R square</i>	64
4.5.	Pembahasan Hasil Penelitian	64
4.5.1.	Pengaruh Sosialisasi terhadap Minat Berinvestasi.....	64
4.5.2.	Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Berinvestasi	67
4.5.3.	Pengaruh <i>Bandwagon Effect</i> terhadap Minat Berinvestasi	70

4.5.4. Pengaruh Sosialisasi.....	72
BAB 5	76
KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran	77
Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti mengajukan beberapa saran yakni sebagai berikut:	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.



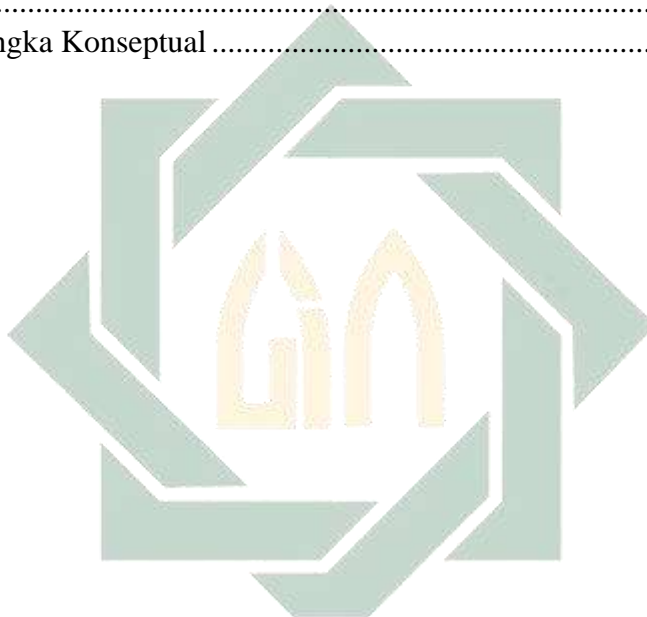
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Data	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional	41
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	52
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	53
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	54
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Sosialisasi (X1)	55
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Pengetahuan (X2).....	56
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas <i>Bandwagon Effect</i> (X3).....	56
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Minat (X3)	57
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.13. Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.14. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4.15. Hasil Uji t	62
Tabel 4. 16. Hasil Uji F.....	63
Hasil 4.17. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Anggota GenBI yang Sudah Terjun di Pasar Modal Syariah (%).....	6
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	35



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	83
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	88
Lampiran 3 Hasil Uji Penelitian.....	88
Lampiran 4 Penelitian Pra Riset.....	103
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	104
Lampiran 6 Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	105
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian.....	106



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim. (2005). *Analisis Investasi*. Salemba Empat.
- Abdul Jalil & Sitti Azizah Hamzah. (2020). Pengaruh Bagi Hasil dan Kebutuhan Modal Terhadap Minat UMKM Mengajukan Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah di Kota Palu. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(2), 190.
- Adib, N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan dan Kualitas Informasi pada Aplikasi Investasi Online Terhadap Minat Investasi Saham. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan (JEKP)*, 11.
- Andriani, F. (2020). *Islamic Mutual Fund Investment In Indonesia*. 2(1), 22.
- Ari Wibowo & Purwohandoko. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE Unesa Yang Terdaftar Di Galeri Investasi FE Unesa). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 192.
- Aristantia, S. E. (2020). Pesona Sukuk Ritel Seri 13 (SR013) sebagai Alternatif Investasi di Masa Pandemi Covid-19. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 10(2), 133–145. <https://doi.org/10.15642/elqist.2020.10.2.133-145>
- Bambang Suharjo. (2013). *Statistika Terapan: Disertai Contoh Aplikasi dengan SPSS, Edisi ke-1*. Graha Ilmu.
- Bank Indonesia. (2023). *Tentang Bank Indonesia*. <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/profil/Default.aspx>
- Bank Indonesia 2022. (2022). *Literasi Keuangan Indonesia Terdepan (LIKE IT)*. <https://www.bi.go.id/id/like-it/default.aspx>
- Bimo Walgito,. (2020). *Pengantar Psikologi Umum*. Fakultas Psikologi UGM.
- Departemen Komunikasi Bank Indonesia. (2020). *Program GenBI*. <https://generasibaruindonesia.com/whatsnew/about>
- Departemen Komunikasi Bank Indonesia. (2021). *LIKE IT, Dorong Literasi Keuangan Perkuat Ekonomi Nasional*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2318921.aspx
- Dewi, P. (2020). Pengaruh Edukasi Pasar Modal Terhadap Persepsi Risiko dan Minat Berinvestasi Masyarakat. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 12(1), 75–83. <https://doi.org/10.22225/kr.12.1.1848.75-83>
- Djuna, K., & Fadillah, A. N. (2022). *Pemanfaatan Fenomena The Bandwagon Effect Pada Generasi Muda Indonesia*. 2(1), 6.
- Firdhousa, F., & Apriani, R. (2021). Pengaruh Platform Media Sosial terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *SUPREMASI HUKUM*, 17(02), 96–103. <https://doi.org/10.33592/jsh.v17i02.1227>
- Fitriana, A., Widodo, J., & Pujiati, A. (2015). Determinants Of Smartphone Consumer Behavior On Students Of State High School In Salatiga City. *Journal of Economic Education*.
- Fitriyah, A., & Barokah, S. (2021). *Analysis of Factors Affecting Public Interest in Investing in the Capital Market*.

- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasanah, A., Yulinda, Y., Politeknik Negeri Batam, Yuniasih, H., & Politeknik Negeri Batam. (2019). Analisis Pengaruh Bandwagon Effect dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 15(2), 101–107. <https://doi.org/10.31940/jbk.v15i2.1249>
- Hening Karatri, R., Faidah, F., & Lailiyah, N. (2021). Determinan Minat Generasi Milenial dalam Investasi Pasar Modal di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 35–52. <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i2.3193>
- Hidayat, F., & Kayati, K. (2020). Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan, Pendapatan dan Umur Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.942>
- Kaharuddin, K. (2021). Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1–8.
- Khotimah, H., Warsini, S., & Nuraeni, Y. (2018). *Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah di Pasar Modal (Survei Pada Nasabah PT Danareksa Sekuritas Cabang FE-UI Depok)*. 11.
- Kusmawati. (2011). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal dengan Pemahaman Investasi dan Usia Sebagai Variabel Moderat. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, 1, 103–117.
- Kusnandar, D. L., Sari, D. P., & Sahroni, N. (2022). *Pengaruh Literasi Digital dan Persepsi Return dan Risiko dalam Meningkatkan Minat Investasi Generasi Z di Pasar Modal pada Era New Normal*.
- Lating, A. I. S., Aristantia, S. E., Aripriatiwi, A., & Yudhanti, A. L. (2023). Edukasi Dan Perencanaan Investasi Di Masa Pandemi: Kegiatan Pengabdian Masyarakat Bagi Kalangan Milenial. *Jurnal Abdimas*, 5(1), 204–211.
- Malkan, Indra Kurniawan, Nurdin, & Noval. (2021). Pengaruh Pengetahuan Tentang Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Investasi Saham di Pasar Modal Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 3(1), 57–73. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.39.57-78>
- Mubarok, F. K. (2018). Peran sosialisasi dan edukasi dalam menumbuhkan minat investasi di pasar modal syariah. *INOVASI*, 14(2), 113. <https://doi.org/10.29264/jinv.v14i2.4119>
- Muhammad Quraish Shihab. (t.t.). *Tafsîr al-Mishbâh Jilid 11*. Lentera Hati.
- Nana Triapnita Nainggolan, Munandar, Andriasan Sudarso, Lora Ekana Nainggolan, & Fuadi. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Ningrum, D. A. A., & Janrosl, V. S. E. (2023). Analisis Pengetahuan, Pemahaman Dan Bandwagon Effect Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Pada Prodi Akuntansi Di Kota Batam. *SEIKO: Journal of Investment and Bussiness*, 6(1), 2023.
- Novita, S., Anita, E., Mubyarto, N., & Munsarida, M. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian

- Busana Muslimah Pada Online Shop. *Manajemen Keuangan Syariah*, 2(1), 51–61. <https://doi.org/10.30631/makesya.v2i1.1215>
- Nurdianita Fonna. (2019). *Pengembangan Revolusi Industri 4.0 dalam Berbagai Bidang*. Guepedia.
- Nurfadilah, S. D. (2021). *Analysis Of Changes in E-Commerce Consumer Behavior During The Coronavirus Pandemic (Study on Shopee Consumer in Sukabumi)*.
- Nuswantoro, A. R. (2017). Media Massa dalam Situasi Konflik: Dari Bandwagon Effect Sampai Peace Narrative. *Jurnal ASPIKOM*, 1(6), 503. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i6.55>
- Panjaitan, I. R., & Ramadhani, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Analisis Risiko, Modal Minimal, dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Melalui Galeri Investasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1474–1479.
- Prayoga, Y. (2019). Pengaruh Edukasi dan Sosialisasi Sekolah Pasar Modal Bursa Efek Indonesia Terhadap Motivasi Membeli Saham di Galeri Investasi Universitas Labuhan Batu. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 6(2), 137–144. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.1401>
- R. E. Riggio. (2009). *Introduction to Industrial/Organizational Psychology Fifth Edition*. New Jersey.
- Rahayu Puspasari, Erwin Haryono, Darmansyah, & Dimas Yuliharto. (2022). *LIKE IT Kembali Hadir Dorong Generasi Muda Investasi Berkelanjutan*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2421422.aspx
- Ryanthi, T., & Suharjo, B. (2016). PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN MEREK SEPEDA MOTOR. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 2(1).
- Sakinah, T., Purwanto, B., & Ermawati, W. J. (2021). Analisis Penghindaran Risiko pada Keputusan Investasi di Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.1.66>
- Saputra, D. (2018). *Pengaruh Manfaat, Modal, Motivasi dan Edukasi Terhadap Minat Dalam Berinvestasi di Pasar Modal*. 5, 13.
- Saraswati, A. M., & Nugroho, A. W. (2021). *Perencanaan Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Generasi Z di Masa Pandemi COVID-19 melalui Penguatan Literasi Keuangan*.
- Shinta Wahyu Hati & Harefa Windy Septiani. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam)*. 3(2), 15.
- Sita Dewi, L. P., & Gayatri, G. (2021). Determinan yang Berpengaruh pada Minat Investasi di Pasar Modal. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(5), 1082. <https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i05.p02>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan RAD*. Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.

- Sunali Bindra, Deepika Sharma, Nakul Parameswara, Sanjay Dhir, & Justin Paul. (2022). Bandwagon effect revisited: A systematic review to develop future research agenda. *Elsevier - Journal of Business Research*, 143, 305–317. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.085>
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2022). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 12(3), 252–264. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207>
- Zahro, R. R., & Fanani, S. (2020). Analisis Theory Of Planned Behaviour Dan Pengetahuan Terhadap Niat Berinfak Jamaah Majelis Taklim Kecamatan Sukomanunggal Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 6(6), 1209. <https://doi.org/10.20473/vol6iss20196pp1209-1227>
- Zulchayra, Z., Ibrahim, A., & Fitria, A. (2020). Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa di Banda Aceh). *JIH BIZ : Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(2), 138. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8645>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A