

**Pengaruh Inovasi *Financial Technology*, *Influencer Media*
Sosial, dan *Locus of Control* Terhadap Minat Investasi
Generasi Z
(Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Islam Malang Tahun Angkatan 2021)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh:
DICKY PRATAMA PUTRA
NPM. 22101081458**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2025

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Inovasi *Financial Technology*, *Influencer* Media Sosial, dan *Locus of Control* terhadap minat Minat Investasi pada Generasi Z. Jenis penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan metode pengumpulan data dengan metode penyebaran kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 90 responden dan pengolahan data menggunakan program pengolahan data SPSS. Penelitian ini telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji statistik dan koefisien determinasi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Inovasi *Financial Technology*, *Influencer* Media Sosial, dan *Locus of Control* yang merupakan variabel bebas, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Investasi.

Kata Kunci : *Financial Technology*, *Influencer* Media Sosial, dan *Locus of Control*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Financial Technology Innovation, Influencer Media Sosials, and Locus of Control on Investment Interest in Generation Z. This type of research uses a quantitative research method, with a data collection method using a questionnaire distribution method. The sample in this study was 90 respondents and data processing used the SPSS data processing program. This study has met the validity and reliability tests. Data analysis used in this study is the classical assumption test, multiple linear regression test, statistical test and coefficient of determination. The variables used in this study are Financial Technology Innovation, Influencer Media Sosials, and Locus of Control which are independent variables, while the dependent variable in this study is Investment Interest.

Keywords: *Financial Technology, Influencer Media Sosial, dan Locus of Control*

BAB I

PENDAHULUAN

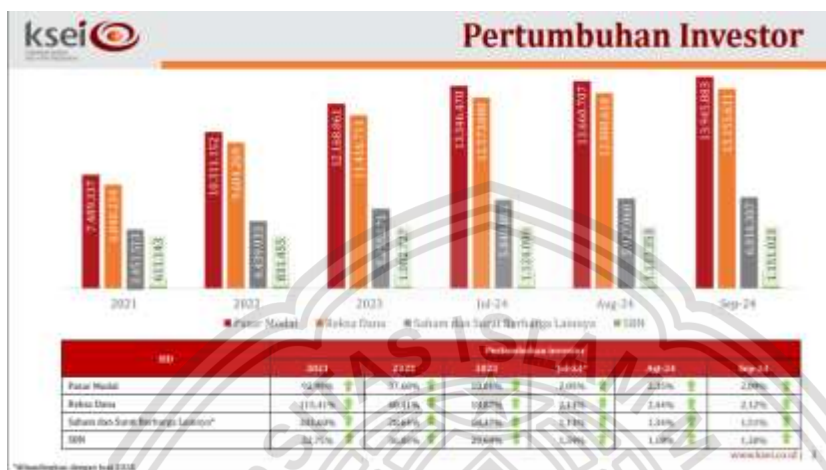
1.1 Latar Belakang

Jumlah investor di pasar modal Indonesia terus meningkat. Hingga 22 Oktober 2024 jumlah investor di pasar modal Indonesia mencapai 13,94 juta investor. "Mayoritas investor berusia di bawah 30 tahun menunjukkan bahwa generasi muda semakin tertarik berinvestasi di Pasar Modal," tulis OJK melalui sosial media Instagram, Senin (28/10). Generasi Z atau masyarakat kelompok usia di bawah 30 tahun mendominasi investor individu di pasar modal Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga mencatat Generasi Z dan milenial mendominasi pasar modal Tanah Air. Data per September 2024 tercatat, investor Generasi Z atau masyarakat yang umurnya di bawah 30 tahun memiliki presentase sebesar 55,07%.

Grafik di bawah ini ditunjukkan bahwasanya dari tahun 2021 sampai dengan 2024 tepatnya di bulan September mengalami kenaikan secara signifikan. Kenaikan tersebut dialami oleh semua sektor investasi seperti pasar modal, reksa dana, saham, surat berharga, dan SBN. Data ini didapat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). Dari data atau grafik tersebut dapat disimpulkan bahwasanya pertumbuhan investor selama empat tahun

terakhir yaitu 2021, 2022, 2023, dan 2024 terus mengalami kenaikan yang signifikan.

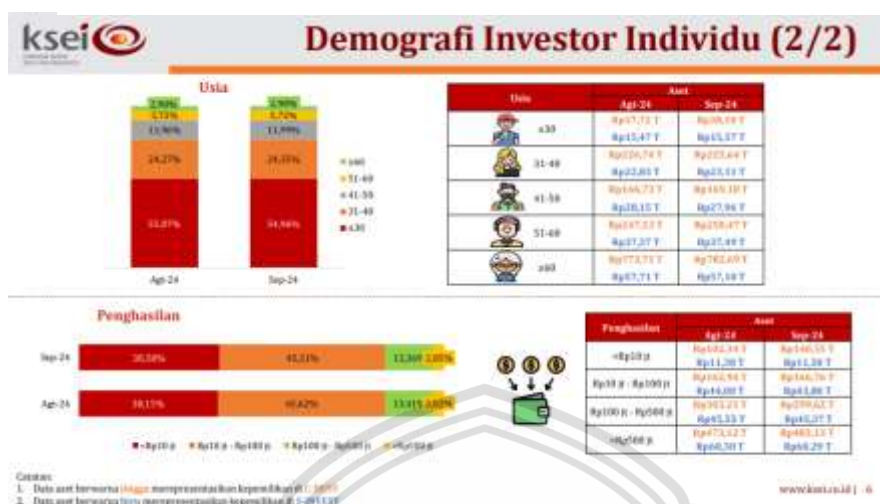
Gambar 1. 1 Pertumbuhan Investor



Sumber: Data ksei.co.id

PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia melaporkan demografi investor individu berusia 30 tahun atau kurang dari 30 tahun mencapai 55,07% dari total investor pasar modal di Indonesia. Meskipun jumlah individu yang berumur 30 tahun atau kurang mendominasi pasar modal, tapi individu tersebut memiliki aset yang paling kecil di antara kelompok usia di demografi investor individu yang dilaporkan oleh PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia. Hal tersebut dikarenakan masih banyak Generasi Z yang masih belum memiliki pendapatan tetap.

Gambar 1. 2 Demografi Investor Individu



Sumber: ksei.co.id

Meskipun generasi Z masih ada yang belum memiliki pendapatan tetap, mereka juga harus mulai mengenal dan mengetahui cara mengelola keuangan yang baik. Melakukan investasi merupakan salah satu segmen pengelolaan keuangan. Memahami dan mengerti investasi sangat penting bagi generasi muda saat ini, dengan memahami investasi akan menjadi bekal kedepan bagi generasi muda. Berinvestasi juga akan memberikan dampak yang positif bagi negara. Hal tersebut dapat didukung dengan pesan Menteri keuangan yang disampaikan pada acara “Like It, Mendorong Literasi dan Investasi Keuangan Generasi Muda Pelaku Usaha” yang diselenggarakan oleh OJK di Jakarta pada 14 Agustus 2023 “Indonesia hanya akan bisa maju jika kita semua peduli dan menjaganya bersama, dimulai dari memahami bagaimana mengurus negara ini, memahami mengurus keuangan diri, dan menjaga untuk diinvestasikan di tempat yang baik”.

Dalam beberapa tahun terakhir, *Financial Technology (fintech)* juga berkembang pesat sebagai salah satu inovasi di sektor keuangan yang merubah cara generasi muda, terutama Generasi Z dalam mengakses dan mengelola keuangan mereka. Layanan *fintech* yang inovatif, seperti aplikasi investasi, *e-wallet*, dan platform pinjaman digital, telah mengatasi banyak hambatan akses ke layanan keuangan tradisional dan memberikan kemudahan investasi dengan biaya rendah. Meski demikian, banyak dari Generasi Z yang masih memiliki tingkat literasi keuangan rendah, yang dapat menghambat minat mereka untuk menggunakan layanan *fintech*, termasuk investasi. “Hal ini terlihat dalam penelitian yang menunjukkan bahwa Generasi Z masih perlu lebih banyak kesadaran dan pemahaman tentang teknologi finansial, yang berdampak pada rendahnya minat mereka untuk berinvestasi melalui *fintech* a angka diatas 0,50” (Budiastuti & Bandur, 2018).

Fenomena nasional tersebut tercermin jelas di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang melalui aktivitas Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia sebagai laboratorium pasar modal kampus. Selama periode 2022 – 2024, penulis bertugas sebagai Ketua GI BEI FEB UNISMA dan memimpin sejumlah program strategis. Dengan demikian, memasukkan pengalaman empiris penulis sebagai Ketua GI BEI memperkaya latar belakang penelitian dan memvalidasi pentingnya mengkaji pengaruh Inovasi *Financial Technology*, *Influencer* Sosial Media, dan *Locus of Control* terhadap

Minat Investasi mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2021. Temuan ini diharapkan tidak hanya merefleksikan kondisi lokal kampus, tetapi juga memberikan kontribusi akademik terhadap literatur perilaku investasi generasi Z di Indonesia.

Selama periode tahun 2022 hingga 2024, penulis memiliki pengalaman langsung sebagai Ketua Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. Melalui peran tersebut, penulis menyaksikan secara nyata meningkatnya minat mahasiswa terhadap dunia investasi, khususnya di pasar modal. Berbagai kegiatan edukatif seperti seminar pasar modal, pelatihan penggunaan aplikasi investasi digital, hingga kompetisi simulasi trading rutin diselenggarakan oleh GI BEI FEB UNISMA dan mendapatkan antusiasme yang tinggi, terutama dari mahasiswa angkatan 2021. Mahasiswa menunjukkan ketertarikan yang besar terhadap investasi tidak hanya karena faktor tren, tetapi juga karena adanya kemudahan akses melalui platform *financial technology* yang semakin inovatif serta pengaruh kampanye dari *influencer* keuangan di media sosial. Minat tersebut juga didorong oleh kesadaran individu akan pentingnya mengelola keuangan secara mandiri untuk masa depan. Fenomena ini menunjukkan bahwa mahasiswa FEB UNISMA, khususnya angkatan 2021, telah memiliki ketertarikan yang kuat dan kesadaran finansial yang berkembang terhadap investasi, sehingga sangat relevan untuk

dijadikan fokus dalam penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi generasi Z.

Penelitian ini menggunakan variabel bebas inovasi *Financial Technology (fintech)*, *Influencer Media Sosial*, dan *Locus of Control*. Pada era saat ini yang serba digital menjadikan masyarakat khususnya Generasi Z menjadikan melek digital. Saat ini banyak platform *fintech* yang menawarkan layanan investasi yang mudah diakses oleh kalangan masyarakat, yang menjadikan anak muda atau Generasi Z tertarik dengan investasi. Dengan adanya digitalisasi Generasi Z menghabiskan banyak waktu di sosial media, yang dimana berpengaruh pada perilaku dan kehidupan mereka. *Influencer* sosial media yang membahas investasi seperti Axel Jeremy, GabrielRey, Felicia Putri, Alvin Tanasta, Felicia Kurnoia dan masih banyak lagi. Dari *influencer* tersebut mudah untuk mempelajari atau mencari berita seputar investasi, sehingga untuk saat *Influencer Media Sosial* lebih mudah untuk mempengaruhi anak muda atau generasi Z untuk melakukan investasi. Banyak *influencer* yang menjelaskan pentingnya berinvestasi bagi kalangan muda dan banyak *influencer* yang mengajak anak muda mulai untuk belajar berinvestasi di media sosial.

Selain inovasi *Financial Technology* dan *Influencer Media Sosial* yang dapat mempengaruhi minat investasi terdapat factor lain yaitu faktor psikologis. Pada praktinya, terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi minat sebelum berinvestasi yaitu faktor psikologis. Salah

satu faktor psikologis yang mempengaruhi minat investasi yaitu *Locus of Control*. *Locus of Control* juga berpengaruh terhadap minat investasi generasi Z. Generasi Z pada saat ini tergolong masih muda atau remaja yang dimana memiliki emosi dan perilaku yang sangat berpengaruh terhadap perilaku ekonomi mereka.

Penelitian ini memiliki manfaat yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan. Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat kepada instansi seperti perguruan tinggi yang mengajak mahasiswanya untuk berinvestasi. Sedangkan secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya.

Oleh karena itu penelitian dengan judul “Pengaruh Inovasi *Financial Technology* (*fintech*), *Influencer* Media Sosial, dan *Locus of Control* Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Generasi Z” perlu untuk dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ditulis diatas maka peneliti merumuskan masalah yaitu:

1. Adakah pengaruh positif signifikan Inovasi *Financial Technology* terhadap minat generasi Z dalam berinvestasi?
2. Adakah pengaruh positif signifikan *Influencer* Media Sosial terhadap minat generasi Z dalam berinvestasi?

3. Adakah pengaruh positif signifikan *Locus of Control* terhadap minat generasi Z dalam berinvestasi?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh positif signifikan Inovasi *Financial Technology* terhadap minat generasi Z dalam berinvestasi.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif signifikan *Influencer* Media Sosial terhadap minat generasi Z dalam berinvestasi.
3. Untuk menganalisis pengaruh positif signifikan *Locus of Control* terhadap minat generasi Z dalam berinvestasi.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan diatas, maka diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat baik secara praktis ataupun teoritis.

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan teori mengenai pengaruh inovasi *Financial Technology*, *Influencer* Media Sosial, dan *Locus of Control* terhadap minat investasi pada penelitian selanjutnya. Penelitian ini dapat menambah wawasan akademis terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi, khususnya dalam konteks Generasi Z. Memberikan kontribusi terhadap literatur yang

membahas hubungan antara inovasi *Financial Technology*, *Influencer Media Sosial*, dan *Locus of Control* dalam pengambilan keputusan investasi.

b. Manfaat Praktis

1. Manfaat untuk calon investor

Dari penelitian ini diharapkan kepada generasi Z mendapat dorongan untuk berinvestasi.

2. Manfaat untuk peneliti selanjutnya

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan referensi untuk melakukan penelitian terbaru serta lebih berinovasi.

3. Manfaat untuk instansi/universitas

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk mengajak dan memotivasi mahasiswa selaku generasi Z untuk memulai belajar berinvestasi sejak dini.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu Inovasi *Financial Technology*, *Influencer* Media Sosial, dan *Locus of Control* terhadap variabel dependen Minat Berinvestasi. Berdasarkan hasil perhitungan sampel dan hasil analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan model regresi linier berganda, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Inovasi *Financial Technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berinvestasi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis 2021 yang berada pada rentang usia generasi Z.
2. *Influencer* Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berinvestasi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis 2021 yang berada pada rentang usia generasi Z.
3. *Locus of Control* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berinvestasi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis 2021 yang berada pada rentang usia generasi Z

5.2 Keterbatasan

Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuisioner disebar melalui *google form*, sehingga tidak efektif dikarenakan responden tidak dapat memahami pernyataan dengan jelas.
2. Variabel yang digunakan pada penelitian ini hanya terbatas pada Inovasi *Financial Technology*, *Influencer Media Sosial*, dan *Locus of Control*.

5.3 Saran

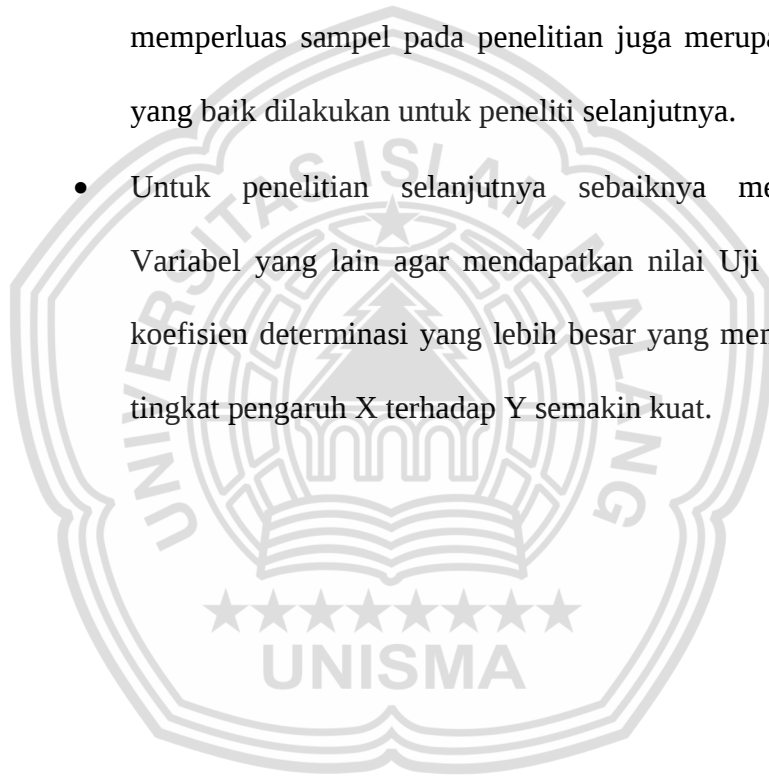
Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh saya sebagai peneliti sadar akan banyak kekurangan dalam penelitian ini sehingga saya memberikan menyarankan kepada pihak-pihak berikut mengenai penelitian ini:

1. Bagi Lembaga
 - Saya menyarankan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis lebih banyak memberikan motivasi investasi agar minat mahasiswa dalam berinvestasi semakin meningkat dan jumlah investor juga bertambah.
 - Saya juga menyarankan pada PT. Bursa Efek Indonesia agar lebih banyak memberikan motivasi investasi, mengadakan kegiatan edukasi investasi melalui sosial media agar pemahaman akan investasi meningkat dan minat mahasiswa

dalam berinvestasi semakin meningkat yang nantinya akan menambah jumlah investor yang ada di Indonesia.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel yang lebih inovatif kedepanya sehingga lebih relevan dengan perubahan zaman, memperluas sampel pada penelitian juga merupakan hal yang baik dilakukan untuk peneliti selanjutnya.
- Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambah Variabel yang lain agar mendapatkan nilai Uji Statistik koefisien determinasi yang lebih besar yang menunjukan tingkat pengaruh X terhadap Y semakin kuat.



DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Nugroho, M., & Tiara Novitasari, B. (2023). Fintech Risks and Continuance to use on Generation Z. *International Journal of Professional Business Review*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i2.630>
- Akbar, M., Bachtiar, Y., Nastiti, R., Siti Munawaroh, R., Julianto Lexta Dwitia, S., Fitriany, N., Setiawan, K., & Komang Sumerta, I. (2023). Strategi Investasi Cerdas Untuk Meningkatkan Pemahaman Investasi Generasi Z. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1). <https://ejurnal.stimi-bjm.ac.id/index.php/BBJM/>
- Aldi Wiyono, D., & Fadrih Asyik, N. (2023). *Dampak Pengetahuan Investasi Pada Pengaruh Modal Awal, Risiko, Dan Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi*.
<https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5353>
- Amanda, R., & Widiyanti, E. (2022). *Psikologi Konsumen dalam Era Digital*. Alfabeta.
- Anjellah, R., & Umah, K. A. (2024). Analisis Pengaruh Locus of Control dan Financial Literacy Terhadap Minat Investasi di Lembaga Keuangan Syariah. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 7. <https://doi.org/doi.org/10.60036/jbm.v5i1.306>
- Ardan, M. R., & Putra, R. P. (2023). Penggunaan Influencer dalam Kegiatan Komunikasi. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(1).
<https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i1.5621>
- Ardhana, Y. (2023). *Pengaruh Financial Technology, Financial Literacy, Financial Attitude, dan Locus of Control Terhadap Financial Management Behavior*.
<https://doi.org/doi.org/10.62833/embistek.v2i2.34>
- Astutik, W. S. (2020). *Manajemen Investasi*. Media Nusa Creative.
- Azhari, F. I., Rahman, H. N., & Batubara, M. (2022). Peran Sosialisasi dan Edukasi dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 603–613. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i3.1973>
- Bank Indonesia. (2018, December 1). *Mengenal Financial Teknologi*.
<https://www.bi.go.id/Id/Edukasi/Pages/Mengenal-Financial-Teknologi>
- Bastomi, M., & Nurhidayah, N. (2023). Faktor Penentu Minat Investasi di Pasar Modal Syariah: Studi Pada Generasi Z Kota Malang. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7(2), 185–196. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.16255>
- Brown, D., & Hayes, N. (2008). *Influencer Marketing: Who Really Influences Your Customers?* Elsevier.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian. In *Binus*.

- Chen, M. A., Wu, Q., Yang, B., Goldstein, I., Jiang, W., Karolyi, A., Agarwal, V., Hoberg, J., Hodson, J., Hoepner, A., Huang, L., Kadyrzhanova, D., Kini, O., Xiaolei Liu, L., Zhang, X., Gao, Y., Lee, J., Ma, H., Nguyen, A., ... Zhang, L. (2018). *How Valuable is FinTech Innovation?*
- Fadila, N., Goso, G., Hamid, R. S., & Ukkas, I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, Persepsi Risiko, dan Locus of Control Terhadap Keputusan Investasi Pengusaha Muda. *Owner*, 6(2), 1633–1643. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.789>
- Fauzi, F., Dencik, A., & Asiati, D. (2019). *Metode Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi : Aplikasi SPSS dan EViews untuk Teknik Analisis Data*. Salemba Empat.
- Fauzi, F., Denick, A. B., & Asiati, D. I. (2019). *Metode Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi : Aplikasi SPSS dan EViews untuk Teknik Analisis Data*. Salemba Empat.
- Fauzianti, A. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar The Effect of Initial Investment Capital, Investment Knowledge, Social Media Influencers on Investment Interest of Tidar University Accounting Students. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9. <https://doi.org/doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2323>
- Fazrinsyah, F. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Socia Media Influencer Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Kalangan Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)*. <https://rama.uniku.ac.id/id/eprint/1171>
- Fitriyah, H. (2023). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Transparansi Informasi Dan Influencer Sosial Media Terhadap Keputusan Gen Z Melakukan Investasi Reksadana. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1. <https://doi.org/doi.org/10.6578/tjis.v1i8.314>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Universitas Ponorogo.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 edisi 9* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyani, R. (2024). Pengaruh Financial Technology, Locus of Control, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Perspektif* 22(1):16-21. <https://doi.org/doi.org/10.31294/jp.v22i1.20297>
- Hariyanti, N., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah studi literatur). *EKSEKUTIF*, 15. researchgate.net/profile/Rosa-Ni-3/publication/339787291
- Jayengsari, R., & Ramadhan, N. F. (2021). Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur. *El-Ecosy : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 1(2), 47. <https://doi.org/10.35194/.v1i2.1657>

- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.
- Justitia, S., Lina, L. F., & Novita, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Y Dan Z Dalam Niat Berinvestasi Di Fintech. *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 19(2), 263–274. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v19i2.18105>
- Kurniawan, R., & Helen, H. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi pada Financial Technology Platform. *Jurnal Ekobistek*, 232–238. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i3.379>
- Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2021). *Basic Statistics in Business and Economics (ISE HED IRWIN STATISTICS)*. McGraw-Hill Education.
- Marpaung, O., Purba, D. M., & Maesaroh, S. (2021). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN APLIKASI FINTECH DAN DAMPAKNYA TERHADAP LITERASI KEUANGAN. In *JURNAL AKUNTANSI* (Vol. 10, Issue 1). <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/akuntansi>
- Maryuliana, Subroto, I. M. I., & Haviana, S. F. C. (2016). Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan Skala Likert. *Jurnal Transistor Elektro Dan Informatika*, 1(2), 1–12.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Onasie, V., & Widoatmodjo, S. (2020). *Niat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal*. <https://www.researchgate.net/profile/Sawidji-Widoatmodjo/publication/356498149>
- Parulian, P., & Aminnudin, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02), 131. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i02.417>
- Pasaribu, D., Situmorang, C., Darmayanti, N., & Triyani, Y. (2023). *Metodologi Penelitian Akuntansi dan Manajemen Pendekatan Kuantitatif* (Y. Welly, Ed.). CV. Media Sains Indonesia.
- Putri Melani, R. F., & Handri. (2023). Pengaruh Financial Technology Merek Dompot Digital Ovo Terhadap Minat Bertansaksi dan Efektivitas Penggunaan di Masa Pandemi Covid-19. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i1.6668>
- Putri, P. T., & Simanjuntak, M. (2020). The Role of Motivation, Locus of Control and Financial Literacy on Women Investment Decisions Across Generations. In *Journal of Consumer Sciences E* (Vol. 05, Issue 02). <https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jcs.5.2.102-123>
- Ryandana, A., Hermuningsih, S., & Sari, P. P. (2023). Dampak Motivasi Investasi, Literasi Keuangan, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Investasi Anak Milenial.

Ekonomis: Journal of Economics and Business, 7(1), 226.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.818>

Safitri, Y., Luthfia, A., & Ramadanty, S. (2020). *Social Media Influencer Credibility And Social Influence On Intention To Use Fintech In Indonesia*.
<https://ssrn.com/abstract=3800662>

Sari, Z. P., Mardhiah, S., & Albart, N. (2025). Systematic Literature Review: Pengaruh Financial Technology terhadap Minat investasi pada Generasi Z Tahun 2024. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1), 109–119. <https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.306>

Setiawan, R. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control dan Financial Technology Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
<https://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/30375>

Solomon, M. R. (2018). *Perilaku Konsumen* (11th ed.). Erlangga.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA, CV.

Susanto, A. (2014). *Psikologi Belajar dan Pembelajaran*. CV Pustaka Setia.

Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi: Teori dan Aplikasi* (1st ed.). Kanisius.

Trisnarningsih, T., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2022). Pengaruh Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2), 82–89. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1705>

Tubastuvi, N., Ramadani, A. G., Rachmawati, E., & Rahmawati, I. Y. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior dan Financial Experience Terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial di Batam. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS INDONESIA*, 8(1), 57–64. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.6464>

Valentino Saiang, H., Indy Regita, T., Indahsari, Y., Dwi Rahmasari, M., & Fitriani, E. (2022). Pengaruh Influencer Saham Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Pada Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>

Wibowo, B., & Heryjanto, A. (2020). Pengaruh Kredibilitas Influencer, Nominal Harga, dan Media Sosial terhadap Minat Pembelian dengan Mediasi Citra Merek di Tokopedia. *Journal of Business and Aplied Management*, 13.
<https://doi.org/dx.doi.org/10.30813/jbam.v13i1.2133>

Yahya, S. D. (2023). *Financial Technology For Entrepreneur* (Efitra, Ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.