

DAFTAR PUSTAKA

- Adzkie, S., Yohana, C., & Parlyna, R. (2021). Peran Electronic Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Minat Beli Minuman Bubble Tea. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 336–346.
- Agustina, I. (2018). Memahami Generasi Z Lebih Dekat. *Pbi.Uii.Ac.Id*, 1–18. <https://pbi.uui.ac.id/wp-content/uploads/2018/03/Presentasi-Materi-Generasi-Z-PBI-UII-Vian-Ike.pdf>
- Anggraeni, Rika. 2022 *Minat Masyarakat untuk Berinvestasi Meningkat, Ini Buktinya*. <https://finansial.bisnis.com/read/20220812/55/1566146/minat-masyarakat-untuk-berinvestasi-meningkat-ini-buktinya> : Diakses pada, Selasa 14 Januari 2023, Jam 12:23 WIB
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Bibit. 2023 *Bibit - Robo Advisor Investasi*. <https://bibit.id/ide> : Diakses pada, Senin 13 Januari 2023, Jam 02:03 WIB
- Bogdan dan Taylor, 2010 J. Moleong, Lexy. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Cheung, Christy M.K & Matthew K.O Lee. 2012. What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms. *Decision Support Systems*
- Dedi Purwana, Rahmi, dan Shandy Aditya. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM Duren Sawit, *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, Vol.1. No.1.
- Eduardus, Tandelilin. 2001. “Analisis Investasi dan Manajemen Risiko”. Edisi Pertama. Yogyakarta:BPFE.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti

- Goyette, I., Ricard, L., Bargeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word of Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 5-23
- Gustiani, M. (2019). Peran Electronic Word of Mouth Dalam Membangun Citra Destinasi Guna Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Suatu Destinasi Pariwisata. *Competence : Journal of Management Studies*, 12(2), 1–14. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i2.4962>
- Hariwijaya, M. 2007. Metodologi dan Teknik Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi. Yogyakarta : Elmatera Publishing
- H.B. Sutopo. 2002. Pengantar Penelitian Kualitatif. Surakarta : Universitas Sebelas Maret Press.
- Hennig-Thurau, d. (2004). Electronic Word of Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Journal of Administrative Sciences*, 27 pp. 5-23.
- Inayah, Putri. E., (2021). Pengaruh *Electronic Word of Mouth (e-WoM)* Pada Media Sosial Terhadap Niat Berinvestasi di Pasar Modal Dengan *Brand Image* dan *Trust* Sebagai Variabel Mediasi di Kota Jayapura, Propinsi Papua. Malang : Universitas Islam Negri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Indra, A. (2021). *Peran Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dalam Mendorong Niat Beli Secara Online*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/37841%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/37841/18911040.pdf?sequence=1>
- Järvinen, J., Töllinen, A., Karjaluoto, H., & Jayawardhena, C. (2013). Digital and social media marketing usage in B2b industrial section. *The Marketing Management Journal*, 22(2), 102–117. <http://www.mmaglobal.org/MMJ - Archive/MMJArchives.php>
- Jensen dan Zhang.(2009). *Twitter Power : Tweets as electronic word of mouth*
- Assael, Henry.(1998). *Consumer behavior and marketing action*. 6th Edition International Thomson Publishing, New York
- Jogiyanto, 2014.*Teori Portofolio dan Analisis Investasi (Edisi ke 10)*. Yogyakarta

:BPFE.

- Katadata.co.id. (2022). Survei KIC: Bibit Jadi Aplikasi Reksa Dana Favorit di Indonesia. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/02/14/Survei-Kic-Bibit-Jadi-Aplikasi-Reksa-Dana-Favorit-Di-Indonesia>, 2022.
- Komunikasi, J. (2017). *LUGAS Jurnal Komunikasi ISSN 2580-8338 Volume I, Nomor 02, Desember 2017. I.*
- Kustodian Sentral Efek Indonesia. (2022). *Investor Pasar Modal Tembus 10 Juta. November*, 1–3. <https://www.idxchannel.com/market-news/tumbuh-pesat-jumlah-investor-saham-di-bei-bertambah-satu-juta-di-2021>
- Miles dan Huberman. 1992. Analisis data Kualitatif. (diterjemahkan Ole: Tjetjep Rohedi Rosidi). Jakarta: Universitas Indonesia
- Moleong, Lexy J. 2007. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Otoritas Jasa Keuangan. 2019 *Reksa Dana : Investasi Pas Bagi Yang Serba Terbatas*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/7> : Diakses Pada, Minggu 19 Februari 2023, Jam 18:07 WIB
- Pajar, R. C., & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Fe Uny. *Profita*, 1(2), 1–16.
- Prasetyo, C. B., (2014). Pengaruh Vlog Sebagai *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. repository.ub.ac.id.
<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/166414/1/Cahyo/Bangun/Prasetyo.pdf>
- Prayuga, R. S., Lubis, H., & Nur Rahmah, D. D. (2022). Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Pada Media Elektronik Dengan Keputusan Investasi Saham Investor Saham Pemula. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(1), 191. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i1.7234>
- Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan

Teknologi. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(1), 1–14.
<https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss1.art1>

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susanti, A. (2018). Promosi Eduwisata Pusat Penelitian Kopi Dan Kakao Indonesia Di Kabupaten Jember. *Mediakom*, 1(2), 176–191.
<https://doi.org/10.32528/mdk.v1i2.1577>

Taiminen, H. M., & Karjaluoto, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
<https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2013-0073>

