

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akhmad. (2024). The effect of investment knowledge, social media influencers, and financial literacy on investment interest in the capital market in students of management program at Duta Bangsa University. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 4(1), 33–49.
- Andrianto, R. (2025). *Indonesia Peringkat 3 Global Crypto Adoption Index, Ini Kata Bos OJK. CNBC Indonesia*
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20250211134231-17-609735/indonesia-peringkat-3-global-crypto-adoption-index-ini-kata-bos-ojk>
- Arianti, G. A. T. (2023). *Pengaruh Social Media Influencer, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri Dan Informasi Produk Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019*. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Candra, L. D., & Abdullah, A. (2023). Pengaruh pengetahuan investasi, persepsi resiko dan literasi keuangan syariah terhadap minat investasi dengan cryptocurrency. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2), 478–492.
- Chandra Sahputra, C. (2023). *Pengaruh influencer terhadap keputusan pembelian pada Xinonaboba Kapuas Kota Bengkulu*. Universitas Dehasen Bengkulu.
- Dewi, E. F. U. (2024). *Pengaruh literasi keuangan, kemajuan teknologi dan fear of missing out (FoMO) terhadap minat investasi cryptocurrency (studi pada generasi Z di wilayah rw 003 kelurahan senen Jakarta Pusat)*. UNIVERSITAS NASIONAL.
- Fauziyah, D. (2024). *Investasi kripto di Indonesia didominasi milenial dan Gen Z*. Coinvestasi.Com. <https://coinvestasi.com/berita/investasi-kripto-di-indonesia-didominasi-milenial-dan-gen-z>
- Febriyani, F., & Widarno, B. (2025). Pengaruh persepsi resiko, modal minimal, social media influencer dan lingkungan keluarga terhadap minat investasi mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Nirta: Studi Inovasi*, 4(2), 527–539.
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan micro-influencer pada media sosial sebagai strategi public relations di era digital. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 206–225.
- Hafiz, F., & Harianti, A. (2024). Pengaruh pengetahuan investasi, motivasi investasi dan pendapatan terhadap minat investasi di Cryptocurrency Pada Mahasiswa

- Universitas Trilogi. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 13(1), 74–83.
- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson, N. (2020). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-WOM, dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Pixy. *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 1, 1351–1363.
- Hidayat, F. (2025). *Fenomena Gen Z Trading FOMO atau Kesadaran Finansial?* Wartaekonomi.Co.Id. <https://wartaekonomi.co.id/read585306/fenomena-gen-z-trading-fomo-atau-kesadaran-finansial>
- Hikmah, H., & Rustam, T. A. (2020). Pengetahuan investasi, motivasi investasi, literasi keuangan dan persepsi resiko pengaruhnya terhadap minat investasi pada pasar modal. *Sultanist: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(2), 131–140. <https://sultanist.ac.id/index.php/sultanist/article/view/210>
- Iqbal, M. (2025). *Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat investasi crypto pada generasi Z Di Kota Banda Aceh*. UIN Ar-Raniry Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Latifah, H. M., & Garbo, A. (2022). Investasi saham Syariah di tengah pandemi COVID-19: Peran pengetahuan dan social media influencer. *Abhats: Jurnal Islam Ulil Albab*, 3(1), 63–75.
- Mahendra, M. R., & Rakhmadi, R. (2025). Analisis tantangan dan peluang regulasi mata uang kripto terhadap stabilitas pasar keuangan global dan diplomasi ekonomi. *Journal of Economic and Management (JEM) Terekam Jejak*, 2(1), 1–10.
- Manggalayudha, G. (2021). *Bursa kripto dan generasi FOMO*. Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kanwil/sulut/id/data-publikasi/artikel/3018-bursa-kripto-dan-generasi-fomo.html>
- Muslimin. (2025). *Bagaimana peran pemerintah dalam regulasi kripto*. Rri.Co.Id. <https://www.rri.co.id/investasi/1330259/bagaimana-peran-pemerintah-dalam-regulasi-kripto>
- Pamungkas, A. S. A., Safitri, M., Kurniawan, R., & Oktavia, V. (2025). Pengaruh pengetahuan investasi, motivasi investasi dan persepsi risiko terhadap minat investasi cryptocurrency pada mahasiswa manajemen Universitas Dian Nuswantoro Semarang. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 8(2), 952–967.
- Prameswari, T. P., Chotidjah, S., & Wyandini, D. Z. (2022). Pengaruh fear of missing out dan kesepian terhadap psychological well-being pada remaja akhir pengguna media sosial twitter di jawa barat. *Jurnal Psikologi Insight*, 6(1), 1–11.
- Rachma, A. M., Hakim, L., & Surjanti, J. (2024). Studi Literatur Analisis Pengaruh

- Sosial Media Influencer dalam Meningkatkan Minat Investasi Milenial. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 16(3), 594–606.
- Rahardjo, L. K. D., & Soetjiningsih, C. H. (2022). Fear of Missing Out (FoMO) dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(2), 456–461.
- Rosalia, L., & Hartono, B. D. (2022). Minat investasi cryptocurrency: Analisis gaya hidup, kemajuan teknologi, dan konten investasi di tiktok. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 3(2), 105–113.
- Saputri, N. D. M., Raneo, A. P., & Muthia, F. (2023). The FoMO phenomenon: Impact on investment intentions in millennial generation with financial literacy as moderation. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(3), 2590–2597.
- Shofihawa. (2025). *Tips aman investasi kripto tanpa terjebak FOMO*. Feb.Ugm.Ac.Id. <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/13210-tips-aman-investasi-kripto-tanpa-terjebak-fomo>
- Taufiqoh, E., Diana, N., & Junaidi, J. (2019). Pengaruh norma subjektif, motivasi investasi, pengetahuan investasi, persepsi return dan literasi keuangan terhadap minat mahasiswa berinvestasi saham di pasar modal (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Feb Unisma Dan Unibraw Di Malang). *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 8(05).
- Tedianta, S., & Purwaningrum, E. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan fear of missing out (fomo) terhadap minat investasi cryptocurrency bagi gen z di Jakarta Selatan. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, 5(1).
- Wang, G., Liu, C., Sbai, E., Sheng, M. S., Hu, J., & Tao, M. (2024). Interrelations between bitcoin market sentiment, crude oil, gold, and the stock market with bitcoin prices: Vision from the hedging market. *Studies in Economics and Finance*, 41(5), 1166–1190.
- Wardani, D. K. (2020). Pengaruh sosialisasi pasar modal dan persepsi atas risiko terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 13–22.
- Widjaja, I., Arifin, A. Z., & Setini, M. (2020). The effects of financial literacy and subjective norms on saving behavior. *Management Science Letters*, 10(15), 3635–3642.
- Yasin, A. W., & Sopingi, I. (2024). Pandangan ekonom muslim terkait cryptocurrency: studi komparasi pemikiran Buya Hamka dengan Sayyid Qutb. *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, 5(2), 83–94.
- Yundari, T. (2021). *Analisis pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan dan pendapatan terhadap keputusan investasi*. Universitas Putra Bangsa.
- Zakaria, A., & Megawati, L. (2022). Pengaruh experienced regret, risk tolerance, illusion of control dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi

cryptocurrency (Studi kasus pada Exchange Tokocrypto). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(17), 12–22.

Zanesty, R., & Rayhan, A. (2022). Analisis pengaruh influencer sosial media terhadap keputusan masyarakat indonesia dalam pembelian cryptocurrency. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 15(1).

Zhao, H., & Zhang, L. (2021). Financial literacy or investment experience: which is more influential in cryptocurrency investment? *International Journal of Bank Marketing*, 39(7), 1208–1226.

