

**PENGARUH *FINANCIAL INFLUENCER* DAN SEKOLAH PASAR
MODAL SYARIAH (SPMS) TERHADAP KEPUTUSAN GENERASI Z
DALAM BERINVESTASI SAHAM SYARIAH**

Aris Kurniawan dan Thoriq Ardian

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : ariskurniawan0906@gmail.com, thoriqardian05@gmail.com

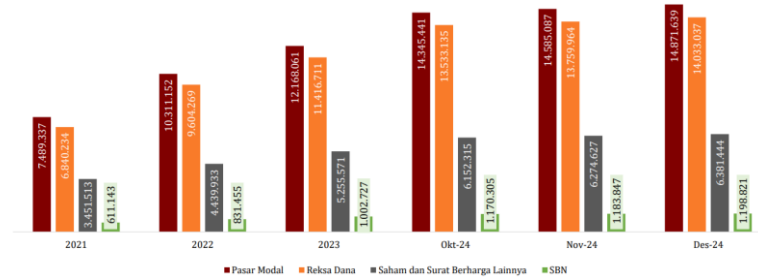
Abstract

In the era of digital transformation, Generation Z has emerged as a new force in Islamic capital market investment. The increase in the number of sharia investors from young people is influenced by various factors, including the role of Financial Influencers and education from the Sharia Capital Market School (SPMS). This study aims to analyze the extent to which these two factors affect Generation Z's decision to invest in sharia stocks. This study uses a quantitative approach with a survey method of 84 respondents who are SPMS participants. The data was collected through an online questionnaire and analyzed using Smart PLS to test the validity, reliability, and influence of independent variables on investment decisions. The results of the study show that Financial Influencers have a positive and significant influence on Generation Z's investment decisions, and SPMS also has a positive effect but does not have a significant effect. The research model has a good prediction rate, which shows that both factors contribute to the literacy and investment decisions of Generation Z. The implications of this study highlight the importance of integrating formal and informal education strategies to increase the participation of Generation Z in investing in sharia stocks.

Keywords: *financial influencer, sharia capital market school, generation z, sharia investment, financial literacy*

Pendahuluan

Di tengah era transformasi digital yang sangat pesat, Generasi Z muncul sebagai kekuatan baru dalam dunia investasi, khususnya di pasar modal syariah. Generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 ini dikenal sebagai *digital natives*, tumbuh bersama teknologi dan memiliki akses informasi yang luas. Hal ini mendorong mereka untuk lebih melek finansial dan tertarik pada instrumen investasi yang sesuai dengan prinsip mereka (Bastomi & Nurhidayah, 2023).



Sumber: <https://ksei.co.id>

Generasi Z kini juga menjadi kekuatan dominan dalam lanskap investasi Indonesia. Data per 24 Desember 2024 menunjukkan bahwa jumlah *Single Investor Identification* (SID) tumbuh 22,22% menjadi 14.871.639, dengan mayoritas investor berasal dari kalangan muda (Yogari, 2025). Peningkatan ini tidak lepas dari peran teknologi dan akses informasi yang semakin mudah, memungkinkan generasi muda untuk terlibat aktif dalam investasi pasar modal.

Data dari Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan dalam jumlah investor syariah. Dalam kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir sejak tahun 2018, jumlah investor syariah telah meningkat lebih dari 268% dari sebelumnya 44 ribu investor, menjadi 164 ribu investor per akhir Oktober 2024 (Syarifullah, 2024). Menariknya, lebih dari 50% dari jumlah tersebut merupakan generasi muda.

Hal ini tentunya tidak terlepas dari peran para *Financial Influencer* yang aktif memanfaatkan platform media sosial untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman investasi. Konten yang mereka sajikan mampu menarik minat Generasi Z untuk mulai berinvestasi di pasar modal syariah. Penelitian (Yulia, 2023) mengungkapkan bahwa content marketing melalui media sosial dan influencer saham memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat investasi Generasi Z di Surabaya dalam pasar modal syariah.

Namun, meskipun minat investasi di kalangan Generasi Z meningkat, tantangan terkait literasi keuangan syariah masih ada. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2024 oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan syariah berada di angka 39,11% (Guseinnova, 2024). Angka ini meningkat 30% dibandingkan dengan tahun 2021 yang hanya

sebesar 9,14%. Menanggapi hal tersebut, Menteri Keuangan Sri Mulyani pada pembukaan perdagangan perdana tahun 2025 di BEI mengusulkan agar edukasi pasar modal, termasuk investasi saham, dimasukkan ke dalam kurikulum sejak Sekolah Dasar (Respati, n.d.). Langkah ini diharapkan dapat membentuk pemahaman dan kebiasaan berinvestasi sejak dini, sehingga generasi mendatang lebih siap dan teredukasi dalam mengelola keuangan mereka.

Pertumbuhan pasar modal syariah juga didukung oleh peningkatan jumlah saham yang tergabung dalam kategori syariah. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI), dalam dua tahun terakhir, 80% saham baru yang tercatat di bursa merupakan saham syariah. Hal ini menunjukkan komitmen perusahaan untuk menyediakan produk investasi yang sesuai dengan prinsip syariah, sejalan dengan meningkatnya permintaan dari investor muda.

Selain edukasi formal, Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS) yang merupakan salah satu program edukasi dari Bursa Efek Indonesia (BEI) juga berperan sebagai platform edukasi non-formal yang memberikan pemahaman komprehensif mengenai mekanisme dan manfaat investasi saham syariah. Program ini dirancang untuk meningkatkan literasi keuangan syariah dan mendorong partisipasi aktif masyarakat terutama Generasi Z dalam pasar modal syariah. Dengan kombinasi edukasi formal dari *Financial Influencer* dan Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS), diharapkan literasi dan partisipasi Generasi Z dalam investasi saham syariah akan terus meningkat.

Mengacu pada konteks ini, *Financial Influencer* dan SPMS memiliki peran yang sangat strategis dalam membentuk keputusan investasi Generasi Z. Kolaborasi antara keduanya diharapkan mampu menciptakan ekosistem investasi syariah yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan demikian, cita-cita menjadikan Indonesia sebagai model ekonomi syariah dunia dapat terwujud melalui partisipasi aktif dan teredukasi dari generasi muda.

Metode Penelitian

Penelitian ini akan menganalisis dampak *Financial Influencer* dan Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS) pada keputusan generasi z untuk berinvestasi dalam saham syariah yang akan dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. Studi kuantitatif dipilih karena dapat secara objektif mengukur hubungan antara data yang dianalisis secara statistik dan data yang dihasilkan. Populasi penelitian ini adalah 500 peserta SPMS yang merupakan orang-orang yang berpartisipasi dalam Program Sekolah Pasar Modal Syariah. Sampel penelitian diambil menggunakan persamaan slovin pada tingkat kesalahan 10% sehingga mendapatkan sampel 84 responden. Sampel ini dilakukan sehingga hasil penelitian dapat mewakili populasi dengan tingkat kepercayaan yang tepat.

Metode pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner untuk mengukur persepsi, sikap dan keputusan responden mengenai investasi di saham Syariah. Survei dikembangkan berdasarkan indikator yang terkait dengan variabel penelitian: pengaruh influencer, SPMS, dan keputusan investasi. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan secara langsung dari responden melalui distribusi survei online. Penggunaan data primer dipilih untuk memastikan keakuratan dan relevansi data dalam konteks penelitian.

Data yang dikumpulkan selanjutnya dianalisis sebagai alat analisis menggunakan Smart PLS. Smart PLS dipilih dikarenakan kemampuannya untuk memproses data yang kompleks dan menangani fleksibilitas dalam memproses model struktural dengan variabel laten. Analisis data dilakukan dalam beberapa fase. Pertama, tes validitas dan reliabilitas diperlukan agar memastikan semua indikator dalam penelitian memenuhi kriteria yang valid dan reliabel. Tes validitas dilakukan dengan memeriksa nilai faktor beban yang harus lebih besar dari 0,5, dan uji reliabilitas akan diuji dengan mempertimbangkan nilai alfa cronbach dengan koefisien nilai yang lebih besar dari 0,7.

Setelah validitas dan reliabilitas model dipastikan, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis R-squared untuk mengukur tingkat pengaruh variabel independen (*Financial Influencer* dan SPMS). Nilai R-Squared Mendekati 1

menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang kuat pada variabel dependen. Selain itu, analisis F-square dilakukan untuk menentukan kontribusi relatif dari setiap variabel independen dari variabel dependen. Nilai F Quare di atas 0,02 memiliki efek besar.

Tes hipotesis dilakukan dengan mempertimbangkan nilai-nilai nilai-p dan T untuk setiap hubungan antar variabel. Jika nilai-p < 0,05 dan nilai-t > 1,96, hipotesis dianggap dapat diterima. Selain itu, evaluasi model keseluruhan juga dilakukan dengan menggunakan kualitas khusus (GOF). GOF digunakan untuk mengukur kompatibilitas model dengan data yang diamati. Ini berarti bahwa nilai GOF yang lebih besar dianggap sebagai kecocokan yang lebih relevan daripada 0.

Hasil penelitian ini diharap akan digunakan sebagai referensi oleh pihak - pihak terkait, seperti regulator pasar modal, lembaga pendidikan keuangan, dan aktor industri, untuk mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan minat dan partisipasi dalam investasi syariah. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif atas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan generasi Z untuk berinvestasi dalam peran influencer keuangan dan pendidikan, terutama oleh SPMS, dan khususnya dalam peran pendidikan investasi syariah.

Hasil dan Pembahasan

Validasi konvergen

	X1	X2	Y
X1.1	0,705		
X1.2	0,717		
X1.3	0,865		
X1.4	0,827		
X1.5	0,678		
X1.6	0,815		
X2.1		0,807	
X2.2		0,906	
X2.3		0,898	
X2.4		0,849	

X2.5		0,878	
X2.6		0,883	
X2.7		0,793	
Y.1			0,763
Y.2			0,817
Y.3			0,786
Y.4			0,849
Y.5			0,751
Y.6			0,733

Table 1. Validasi Konvergen

Validitas konvergen digunakan sebagai pengukur sejauh mana indikator-indikator berkorelasi di dalam suatu konstruk dan juga untuk mengukur konstruk yang sama. Berdasarkan hasil analisis, semua indikator dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas konvergensi dengan nilai faktor beban diatas 0,5. Hal ini menyatakan bahwa indikator efektif untuk mengukur struktur yang dimaksud (Haryono, 2016).

Variabel *Financial Influencer* (x1), nilai faktor beban untuk indikator x1.1 hingga x1.6 adalah 0,678 hingga 0,865. Nilai tertinggi adalah pada indikator x1.3 (0,865), menunjukkan bahwa indikator ini memberikan kontribusi terbesar untuk mengukur komposisi pengaruh keuangan. Koefisien beban untuk variabel Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS) (x2), indikator x2.1 hingga x2,7 adalah 0,793 hingga 0,906. Indikator X2.2 menunjukkan bahwa nilai faktor beban adalah yang tertinggi (0,906) dan indikator ini adalah yang terkuat ketika mengukur konstruksi SPMS. Keputusan investasi variabel untuk generasi z (y) dan koefisien beban untuk indikator y.1 hingga y.6 adalah 0,733 hingga 0,849. Indikator Y.4 memiliki nilai faktor beban tertinggi (0,849), menunjukkan bahwa indikator ini adalah yang terkuat untuk mengukur keputusan investasi untuk Generasi Z. Dengan demikian semua indicator dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas konvergen.

Validitas diskriminan

	X1	X2	Y
X1.1	0,705	0,238	0,566
X1.2	0,717	0,446	0,537
X1.3	0,865	0,544	0,632

X1.4	0,827	0,467	0,564
X1.5	0,678	0,454	0,445
X1.6	0,815	0,458	0,516
X2.1	0,461	0,807	0,425
X2.2	0,573	0,906	0,434
X2.3	0,495	0,898	0,392
X2.4	0,383	0,849	0,394
X2.5	0,525	0,878	0,613
X2.6	0,44	0,883	0,397
X2.7	0,488	0,793	0,408
Y.1	0,659	0,422	0,763
Y.2	0,526	0,33	0,817
Y.3	0,521	0,368	0,786
Y.4	0,676	0,49	0,849
Y.5	0,428	0,426	0,751
Y.6	0,461	0,407	0,733

Table 2. Validasi Diskriminan

Validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap struktur secara statistik berbeda dari komponen lainnya. Dalam penelitian ini, kami menguji validitas diskriminatif menggunakan metode standar Fornell-Larcker. Ini berarti bahwa nilai-nilai kuadrat Average Variance Extracted (AVE) harus lebih besar bagi setiap konstruk daripada hubungan antara konstruks (Budhiasa, 2016).

Financial Influencer (x1) adalah nilai akar AVE square dari X1 0,705, yang lebih besar dari korelasi antara X1 dan X2 (0,238) dan X1 Y (0,566). Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS) (X2), X2 memiliki nilai AVE Kuadrat 0,807, yang lebih besar dari korelasi antara X2 dan X1 (0,238) dan X2 Y (0,422). Keputusan Investasi Generasi Z (Y), Nilai akar kuadrat AVE untuk Y adalah 0.763, dengan korelasi antara Y dan X1 (0,566) dan Y lebih besar dari X2 (0,422). Hasilnya menunjukkan setiap konstruk pada penelitian ini berbeda secara statistik dari konstruk lainnya, sehingga memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Reliabilitas

	Nilai Cronbach's alpha	Nilai Composite reliability (rho_c)
X1	0,861	0,897

X2	0,941	0,952
Y	0,875	0,905

Table 3. Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi internal indikator dalam konstruks. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan alpha Cronbach dan composite Reliability. Cronbach’s alpha dan rho_c > nilai 0,7 sehingga variabel dapat dikatakan reliabel (Savitri et al., 2021).

Financial Influencer (X1), koefisien dari Cronbach's Alpha: 0.861 dan koefisien rho_c: 0.897. Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS) (X2), koefisien Cronbach's Alpha: 0.941 dan koefisien rho_c: 0.952. Keputusan Investasi Generasi Z (Y), nilai Cronbach's Alpha: 0.875 dan nilai rho_c: 0.905. dari hasil tersebut seluruh koefisien Cronbach's Alpha dan Composite Reliability lebih dari 0.7, sehingga dapat disimpulkan setiap variabel penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik.

R square

	R-square	R-square adjusted
Y	0,527	0,516

Table 4. R-Square

Koefisien determinasi (R-square) digunakan sebagai pengukur hubungan kemampuan dari variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Pada penelitian ini, nilai R-square untuk variabel dependen Keputusan Investasi Generasi Z (Y) adalah 0.527, artinya bahwa 52.7% dalam keputusan investasi Generasi Z dapat dijelaskan oleh variabel *Financial Influencer* (X1) dan Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS) (X2). Adapun parameter tingkatan kekuatan prediksi menurut (Savitri et al., 2021) adalah nilai R Square 0,70 (kuat), 0,50 (moderat) dan 0,25 (lemah). Nilai dari penelitian ini menggambarkan bahwa penelitian ini memiliki kekuatan prediksi yang moderat.

F square

	X1	X2	Y
X1			0,537

X2			0,046
Y			

Table 5. F-Square

Effect size (F-square) dilakukan sebagai pengaruh daripada variabel bebas terhadap variabel terikat. (Hamid & Anwar, 2019) mengelompokkan indicator nilai dari F-square sebagai berikut : 0,35 (kuat), 0,15 (moderate) dan 0,02 (lemah). Pengaruh *Financial Influencer* (X1) terhadap Keputusan Investasi Generasi Z (Y) memiliki nilai F-square: 0.537 dengan kategori pengaruh kuat. Pengaruh Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS) (X2) terhadap Keputusan Investasi Generasi Z (Y) memiliki nilai F-square: 0.046 dengan kategori pengaruh lemah. Hasil ini menunjukkan bahwa *Financial Influencer* mempunyai pengaruh lebih kuat pada keputusan investasi di kalangan Generasi Z dibandingkan dengan Sekolah Pasar Modal Syariah.

Signifikansi (Uji Hipotesis)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1- > Y	0,61	0,612	0,076	8,042	0
X2- > Y	0,179	0,189	0,088	2,037	0,042

Table 6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis diperlukan ketika mencari tahu signifikansi pengaruh dari variabel bebas atas variabel terikat. Dengan memakai level signifikansi 5%, maka nilai t statistic harus $> 1,96$ dan koefisien p values < 0 , sehingga hipotesis dapat diterima (Hamid & Anwar, 2019). Berikut adalah hasil uji hipotesis:

- a. Variabel Pengaruh *Financial Influencer* (X1) memiliki nilai t statistik $8,042 > 1,96$ atau nilai p values $0 < 0,05$, sehingga H1 diterima., *Financial Influencer* memengaruhi keputusan generasi z saat berinvestasi dalam saham Syariah.
- b. Variabel Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS) (X2) memiliki nilai t statistic $2,037 > 1,96$ atau nilai p values $0,042 < 0,05$, maka H2 diterima.

Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS) mempengaruhi keputusan Generasi Z dalam Berinvestasi Saham Syariah.

Predictive Relevance (Q^2 predict)

	Q^2 predict
Y	0,491

Table 7. Predict Relevance

Predictive relevance digunakan sebagai pengukur sejauh mana model penelitian mampu memprediksi variabel terikat. Nilai Q^2 harus > 0 maka model memiliki prediktif yang relevan dengan koefisien nilai 0,02 (lemah), 0,15 (moderat) dan 0,35 (kuat) (Haryono, 2016). Nilai Q^2 predict untuk variabel dependen Keputusan Investasi Generasi Z (Y) adalah $0.491 > 0$, yang menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini mempunyai predictive relevance kuat. Artinya, variabel independen (*Financial Influencer* dan Sekolah Pasar Modal Syariah) mampu memprediksi variabel dependen dengan baik.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Financial Influencer* dan Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS) terhadap keputusan Generasi Z dalam berinvestasi di saham syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z semakin tertarik untuk berinvestasi di pasar modal syariah, didorong oleh kemudahan akses informasi, digitalisasi layanan edukasi keuangan, dan peningkatan kesadaran terhadap investasi berbasis syariah.

Dari hasil analisis, ditemukan bahwa *Financial Influencer* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z, dengan nilai F-square sebesar 0.537 yang menunjukkan pengaruh kuat. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z lebih cenderung terpengaruh oleh konten edukasi dan rekomendasi yang disampaikan melalui media sosial oleh para *Financial Influencer*. Sementara itu, Sekolah Pasar Modal Syariah (SPMS) juga memiliki dampak terhadap keputusan investasi Generasi Z, tetapi dengan pengaruh yang lebih kecil, yaitu F-square sebesar 0.046. Hal ini mengindikasikan bahwa edukasi formal yang diberikan

melalui SPMS masih perlu ditingkatkan efektivitasnya agar dapat memberikan dampak yang lebih besar terhadap keputusan investasi Generasi Z.

Dan didapatkan nilai R-square sebesar 0.527 menunjukkan bahwa lebih dari 50% variasi dalam keputusan investasi Generasi Z dapat dijelaskan oleh dua faktor utama dalam penelitian ini, yaitu *Financial Influencer* dan SPMS. Model penelitian ini juga memiliki relevansi prediktif yang baik dengan nilai Q^2 predict sebesar 0.491, yang menunjukkan bahwa kombinasi edukasi formal dan digital memiliki potensi besar dalam meningkatkan literasi keuangan syariah di kalangan Generasi Z.

Meskipun penelitian ini menegaskan peran penting *Financial Influencer* dalam meningkatkan partisipasi Generasi Z di pasar modal syariah, masih terdapat tantangan terkait literasi keuangan yang perlu diatasi. Tingkat literasi keuangan syariah yang masih rendah menjadi hambatan utama bagi generasi muda dalam mengambil keputusan investasi yang lebih rasional dan berbasis prinsip syariah. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih komprehensif untuk meningkatkan edukasi dan kesadaran investasi syariah di kalangan Generasi Z.

Berdasarkan dari hasil pembahasan dan kesimpulan yang sudah dijelaskan di atas, peneliti memberikan beberapa saran yang harapannya mampu memberikan manfaat kedepannya, 1) *Financial Influencer* sebaiknya terus meningkatkan kualitas edukasi investasi dengan menyajikan informasi yang lebih mendalam, berbasis data, dan bersifat edukatif agar tidak hanya menarik minat tetapi juga meningkatkan pemahaman investasi syariah di kalangan Generasi Z. serta pemerintah dan regulator perlu melakukan pengawasan terhadap konten edukasi investasi yang disebarkan oleh *Financial Influencer* untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan akurat dan tidak menyesatkan. 2) SPMS perlu mengembangkan metode pembelajaran yang lebih menarik dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z, seperti melalui gamification, webinar interaktif, dan simulasi investasi digital. Program SPMS dapat diperluas dengan menargetkan institusi pendidikan, seperti universitas dan sekolah menengah, agar lebih banyak generasi muda yang mendapatkan akses edukasi pasar modal syariah sejak dini.

Referensi

- 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>
- Budhiasa, S. (2016). *Analisis Statistik Multivariate dengan Aplikasi SEM PLS SmartPLS 3.2.6*. Udayana University Press.
- Guseinnova, P. M. (2024). *Meningkatkan Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah melalui SBSN Ritel*. DJPPR. <https://djppr.kemenkeu.go.id/meningkatkanliterasidaninklusikeuangansyaria hmelaluisbsnritel>
- Hamid & Anwar. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. PT. Inkubator Penulis Indonesia.
- Haryono, S. (2016). Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL Smart PLS. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 450.
- Respati, A. R. (n.d.). *Sri Mulyani Usulkan Edukasi tentang Pasar Modal Sejak SD*. 2025. <https://money.kompas.com/read/2025/01/02/152312426/sri-mulyani-usulkan-edukasi-tentang-pasar-modal-sejak-sd?page=all>
- Savitri, C., Faddila, S. P., Iswari, H. R., Anam, C., Syah, S., Mulyani, S. R., & Sihombing, P. (2021). Statistik Multivariat Dalam Riset. In *Widina* (Issue 15018).
- Syaifullah, M. (2024). *Investor Saham Syariah Meningkat 268 Persen*. TEMPO. <https://www.tempo.co/ekonomi/investor-saham-syariah-meningkat-268-persen-1169029>
- Yogari, F. (2025). *15,35 juta investor tercatat di pasar modal*. ANTARA. <https://megapolitan.antaranews.com/berita/358757/1535-juta-investor-tercatat-di-pasar-modal>
- Yulia, D. R. (2023). *Pengaruh Content Marketing Melalui Media Sosial Sekuritas Dan Influencer Saham Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Generasi Z Di Surabaya)*.