

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, S. 2019. Pengaruh Faktor Pengetahuan Investasi Dan Preferensi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Skripsi*. Program Studi Akuntansi Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta
- Amalia, H., F. 2019. Pengaruh *Return* Dan Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Galeri Investasi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. *Skripsi*. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Ponorogo
- Arumsari, A. 2011. Strategi *Corporate Public Relations* Perusahaan Dalam Rangka Membina Hubungan dengan *Stakeholder*. *Skripsi*. Bidang Kajian *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Bandung.
- Baihaqi, A. 2022. Proses Komunikasi Virtual Pada Kelompok Esports Call of Duty: Mobile Tim Humble Dalam Tujuan Pencapaian Prestasi. *Skripsi*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Jakarta
- Cahya, B., T. dan Nila A. K. W. 2019. Pengaruh Motivasi dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman* 7(2): 192-207
- Chandra, Y., H dan Ni Made A. A. 2016. Pengaruh Kredibilitas *Public Relations* Terhadap Niat Berinvestasi Pasar Modal Yang Dimediasi Oleh Sikap Calon Investor. *E-Jurnal Manajemen Unud* 5(12): 7984-8014
- Christanti, N. dan Mahastianti L. A. 2011. Faktor – Faktor yang Dipertimbangkan Investor dalam Melakukan Investasi. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*
- Cindy, Erika. 2020. Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Investasi Saham Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Strata-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. *Skripsi*. Program Studi Strata 1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Medan.

- Cutlip, Scott. M, Allen H. Center dan Gleen M. Broom. 2006. *Effective Public Relations*. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Darmawan, A., Kesih, K., dan Sri, R. 2019. Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* 8(2): 44-56
- Fitriani, Nani. 2018. Strategi Bank Dalam Menarik Minat Nasabah Pada Investasi Mudharabah Bprs Aman Syariah Sekampung. *Skripsi*. Jurusan: S-1 Perbankan Syariah (PBS) Fakultas: Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Metro.
- Kotler, P dan Keller Kevin L. 2013. *Marketing Management* Jilid 2. Penerbit Erlangga
- Kretarto, A. (2001). *Investor Relations: Pemasaran dan Komunikasi Keuangan Perusahaan Berbasis Kepatuhan*. Jakarta. Grafiti Pers
- Mustaqim, A., H. 2021. Strategi Komunikasi Investasi Dan Daya Saing Untuk Menarik Investor. *Jurnal Public Relations-JPR* 2(1): 8-16
- Nagy Robert A, dan Obenberger Robert W. 1994. *Factors Influencing Individual Investor Behaviour*. *Financial Analyst Journal* 50(4): 63-68
- Patrianissa, D., R. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Melakukan Investasi Di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara). *Skripsi*. Prodi Studi Strata 1 Manajemen Ekstensi Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Polishchuk, Y., Anna K., Alla I. 2020. *Investor Relations Tools for Business in Smart Specialization Strategy*. *Baltic Journal of Economic Studies* 6(4): 133-140

- Putri, Manggiasih. 2014. Strategi *Investor Relations* dalam membangun reputasi perusahaan. *Skripsi*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara Tangerang. Tangerang.
- Ramadhani, N., I. 2021. Pengaruh Pengetahuan, Manfaat Dan Risiko Investasi Terhadap Minat Investasi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. *Skripsi*. Program Studi Strata 1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Rusda, D. Arina. 2020. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Kota Semarang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Sadida, A., H. 2022. Pengaruh *Marketing Public Relations* Terhadap Minat Beli Konsumen. *Skripsi*. Program Studi S1 Hubungan Masyarakat Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom. Bandung
- Septiana, G. Randu dan Etna N. A. Y. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Intellectual Capital* Pada Prospektus IPO. *Diponegoro Journal of Accounting* 2(3): 1-15
- Stefany, dan Wulan Purnama Sari. 2018. Strategi *Marketing Public Relations* PT Crowde Membangun Bangsa dalam Meningkatkan Minat Investasi. *Prologia* 2(2): 510-517
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tandio T. dan A. A. G. P. Widanaputra. 2016. Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 16(3): 2316-2341
- Tuakie, A., A. 2021. Strategi Konten *Marketing Instagram* IndiHome Dalam Meningkatkan *Customer Engagement*. *Skripsi*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Jakarta

- T., D., Raditya, I Ketut B., dan I Made S., S. 2014. Pengaruh Modal Investasi Minimal Di Bni Sekuritas, Return Dan Persepsi Terhadap Risiko Pada Minat Investasi Mahasiswa, Dengan Penghasilan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 3(7): 377-390
- Utami, M., T. 2023. Analisis Strategi *Social Media Marketing Instagram Mining Industry* Indonesia Dalam Membangun *Brand Awareness*. *Skripsi*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Jakarta
- Widodo, O., S. 2020. Strategi *Investor Relations* Pt Telekomunikasi Indonesia Tbk Dalam Mengelola Hubungan Dengan *Shareholders* Dalam Negeri. *Skripsi*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara Tangerang. Tangerang.
- Widuhung, S. Selvy. 2021. Strategi *Marketing Public Relations* Petromindo Group di era Pandemi Covid-19. *Jurnal Public Relations-JPR* 2(1): 1-7