

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan judul “Sikap terhadap Investasi, Norma subjektif, Media Sosial dan *Bandwagon Effect* Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa di Pasar Modal”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor sikap terhadap investasi, norma subjektif, media sosial dan *bandwagon effect* berpengaruh terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal. Secara umum mahasiswa masih bergantung dengan orang tua dalam memenuhi kebutuhannya. Melalui investasi, mahasiswa dapat menyisihkan uangnya untuk kebutuhannya di masa depan. Selain itu, investasi menjadi sumber pendanaan bagi perusahaan untuk pengembangan usahanya, namun minat investasi masyarakat masih tergolong rendah. Banyaknya mahasiswa yang mengabaikan investasi disebabkan karena rendahnya motivasi dan pengetahuan mengenai investasi. Saat ini banyak kemudahan yang diberikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI). Kampanye Yuk Nabung Saham diselenggarakan dalam rangka peningkatan minat investasi masyarakat terutama bagi mahasiswa karena mahasiswa merupakan generasi potensial untuk menjadi investor melalui Galeri Investasi di masing-masing Universitas. Minat investasi yang baik dapat memberikan pengaruh yang baik untuk diri individu serta bagi perekonomian nasional.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior* yang menjelaskan bagaimana manusia bertindak dan mengasumsikan bahwa secara hakikat manusia berperilaku secara sadar dan selalu mempertimbangkan informasi yang ada, baik implisit atau eksplisit. Menurut *Theory of Planned Behavior* seseorang berperilaku berdasarkan dorongan-dorongan yang dinilai baik untuk berperilaku. Sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku yang diinterpretasikan melalui teknologi sosial media. Selain itu, *Social Impact Theory* juga digunakan sebagai dasar dari faktor *bandwagon effect*, dimana seseorang memiliki kecenderungan untuk mengikuti *trend*, orang lain atau lingkungannya. Penelitian dilaksanakan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman. Metode *sampling* yang digunakan penelitian ini adalah *simple random sampling* dengan total populasi sebanyak 229 mahasiswa. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah pengisian kuesioner secara *online* melalui *google forms*. Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman yang telah mengambil mata kuliah Pasar Modal. Jumlah kuesioner yang dapat diolah pada penelitian ini sebanyak 90 *forms*. Teknik analisis data yang digunakan antara lain uji kualitas data, statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji *goodness of fit*, dan uji hipotesis.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: 1) Sikap terhadap investasi berpengaruh meningkatkan minat investasi mahasiswa di pasar modal, 2) Norma subjektif tidak berpengaruh meningkatkan minat investasi mahasiswa di pasar modal, 3) Media Sosial berpengaruh meningkatkan minat investasi mahasiswa di

pasar modal, dan 4) *Bandwagon Effect* berpengaruh meningkatkan minat investasi mahasiswa di pasar modal. Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini adalah memberikan informasi mengenai pengembangan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi keuangan, literasi keuangan dan manajemen investasi. selain itu penelitian mengenai faktor internal selanjutnya dapat dikembangkan dengan menganalisis faktor penyebab yang dapat memengaruhi dan memiliki keterkaitan hubungan terhadap minat investasi, dan memperluas pengetahuan masyarakat khususnya mahasiswa mengenai faktor sikap, norma subjektif, media sosial dan *bandwagon effect*. Dengan demikian, pemahaman serta literasi mahasiswa dapat bertambah mengenai pengetahuan ilmu ekonomi di bidang akuntansi, khususnya keuangan dan investasi, serta perilaku yang berkaitan dengan tindakan ekonomi dalam mengelola finansial yang sesuai dengan keadaan ekonomi sekarang ini.

Implikasi praktis dari penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa, dosen, pihak fakultas dan universitas dalam menyediakan informasi investasi, memberikan kemudahan akses dan komunikasi melalui kerjasama antara pihak fakultas dan perusahaan sekuritas, bursa efek dan pihak-pihak yang berkepentingan pada kegiatan investasi. Faktor internal dalam diri seseorang menjadi penentu seseorang untuk berinvestasi, sehingga mahasiswa diharapkan dapat memahami mengenai investasi secara mendalam, memanfaatkan waktu dengan baik guna meningkatkan pengetahuan investasi serta menghindari perilaku hidup boros dengan cara membiasakan diri memulai investasi dengan modal minimal. Melalui program seminar, *workshop* pelatihan pasar modal dari pihak Universitas dapat memberikan kesan positif bagi mahasiswa mengenai investasi sehingga dapat menumbuhkan minat mahasiswa untuk memulai berinvestasi saham di pasar modal.

Kata Kunci: Sikap terhadap investasi, norma subjektif, media sosial, *bandwagon effect*, minat investasi mahasiswa

SUMMARY

This research is a quantitative study entitled "Attitudes Toward Investment, Subjective Norms, Social Media and Bandwagon Effect on Student Investment Interest in the Capital Market". This study aims to determine whether the attitude towards investment, subjective norms, social media and bandwagon effect factors affect student investment interest in the capital market. In general, students still depend on parents to meet their needs. Through investment, students can set aside money for future needs. In addition, investment is one of the sources of funding for companies to develop their business, but public investment interest is still relatively low. The number of students who ignore investment is due to low motivation and knowledge about investment. Currently, there are many facilities provided by the Indonesia Stock Exchange (IDX). Yuk Nabung Saham campaign was held in order to increase public investment interest, especially students because students are a potential generation to become investors through the Investment Gallery in each university. Good investment interest can have a good effect on individuals and the national economy.

The theory used in this research is the Theory of Planned Behavior, which explains how humans act and assumes that humans behave consciously and always consider existing information, both implicit and explicit. According to the Theory of Planned Behavior, a person behaves based on the impetus that is considered good for the behavior. Attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control are interpreted through social media technology. In addition, Social Impact Theory is also used as the basis of the bandwagon effect factor, where a person has a tendency to follow trends, other people or their environment. The research was conducted at the Faculty of Economics and Business Administration, Jenderal Soedirman University. The sampling method used in this study was simple random sampling with a population of 229 students. The data collection method used is online questionnaire through google form. The respondents of this study were active students of the Faculty of Economics and Business, Jenderal Soedirman University, who had attended capital market courses. The number of questionnaires that can be processed in this study is 90 forms. The data analysis techniques used include data quality tests, descriptive statistics, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, goodness of fit tests, and hypothesis test.

The results of the study showed that: 1) attitudes toward investment have an effect on increasing students' investment interest in the capital market, 2) subjective norms have no effect on increasing students' investment interest in the capital market, 3) social media has an effect on increasing students' investment interest in the capital market, and 4) bandwagon effect has an effect on increasing students' investment interest in the capital market. The theoretical implication of the results of this study is to provide information on the development of science in the fields of financial accounting, financial literacy and investment management. In addition,

research on internal factors can then be developed by analyzing the causal factors that can influence and have a relationship with investment interest, and expand the knowledge of the public, especially students, about attitudinal factors, subjective norms, social media and bandwagon effects. Thus, students' understanding and literacy can be increased about knowledge of economics in accounting, especially finance and investment, as well as behavior related to economic actions in managing finances in accordance with current economic conditions.

The practical implications of this research are expected to help students, teachers, faculties and universities in providing investment information, providing easy access and communication through cooperation between faculties and securities companies, stock exchanges and parties interested in investment activities. Internal factors in a person determine a person to invest, so students are expected to understand investment in depth, use time well to increase investment knowledge, and avoid extravagant behavior by getting used to starting investments with minimal capital. Through seminar programs, capital market training workshops of the university can give students a positive impression about investment, so that it can promote students' interest in starting to invest in stocks in the capital market.

Keywords: Attitude towards investment, subjective norms, social media, bandwagon effect, student investment interest.

