

**NIAT MAHASISWA AKUNTANSI BERINVESTASI DI PASAR  
MODAL: PERSPEKTIF *SOCIAL COGNITIVE THEORY***

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN DALAM  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA AKUNTANSI**



**Oleh:**

**KEVIN SATRIA SINAGA  
NIM. 041811333092**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2022**

**INTENTION OF ACCOUNTING STUDENTS TO INVEST IN  
THE CAPITAL MARKET: SOCIAL COGNITIVE THEORY  
PERSPECTIVE**

**THESIS**

**SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE  
REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF  
BACHELOR OF ACCOUNTING**



**By:**

**KEVIN SATRIA SINAGA  
NIM. 041811333092**

**ACCOUNTING STUDY PROGRAM**

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
AIRLANGGA UNIVERSITY  
SURABAYA  
2022**

Surabaya, 17 November 2022

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rosa' with a stylized flourish at the end.

Niluh Putu Dian Rosalina Handayani Narsa, S.A., M.Sc

NIP. 199207022018032001

**SKRIPSI**

**NIAT MAHASISWA AKUNTANSI BERINVESTASI DI PASAR  
MODAL: PERSPEKTIF *SOCIAL COGNITIVE THEORY***

**DIAJUKAN OLEH:**

**KEVIN SATRIA SINAGA**

**NIM.041811333092**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING,**



**Niluh Putu Dian Rosalina  
Handayani Narsa, S.A., M.Sc  
NIP. 199207022018032001**

**TANGGAL 4 Januari 2023**

**KOORDINATOR PROGRAM STUDI,**



**Alfiyatul Qomariyah, S.Ak., MBA., Ph.D**

**TANGGAL 4 Januari 2023**

**NIP. 198909142016113201**

### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Kevin Satria Sinaga, NIM 041811333092, menyatakan bahwa:

1. Skripsi Saya ini adalah asli dan benar – benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (Plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendaftarkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi – sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 17 November 2022



Kevin Satria Sinaga  
NIM. 041811333092

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan-Nya, dan Kasih-Nya yang besar sehingga skripsi yang berjudul “Niat Mahasiswa Akuntansi Berinvestasi di Pasar Modal: Perspektif *Social Cognitive Theory*” dapat terselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.

Pada penyusunan skripsi ini, penulis dapat menghadapi kendala dengan baik karena adanya pihak-pihak yang senantiasa memberikan bantuan, bimbingan, serta dorongan sejak awal hingga akhir penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Alm. Wempy Manihar Sinaga, Rufina Sitinjak, Martha Dewi Sinaga dan David Septian Sinaga atas ajaran mereka yang membuat penulis dapat melewati setiap hambatan baik sejak awal kuliah hingga penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas segala kasih sayang, motivasi, dukungan, dan doa yang selalu menyertai penulis selama ini.
2. Prof. Dr. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak., CA., CMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
3. Dr. Dra. Wiwik Supratiwi, MBA., Ak. selaku Ketua Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
4. Alfiyatul Qomariyah, S. Ak., MBA., Ph.D. selaku koordinator program studi S1-Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
5. Niluh Putu Dian Rosalina Handayani Narsa, S.A., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan nasihat dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Almh. Dr. Yustrida Bernawati Sitinjak, Dra., M.Si., Ak. dan Dewi Sriani, M.Sc, M.S.Ak., S.A., sebagai dosen wali yang selalu mendukung penulis dalam memilah kehidupan akademik selama proses perkuliahan.
7. Seluruh Dosen dan Tenaga Pendidik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga atas bimbingan, bantuan, dan ilmu yang diberikan kepada penulis.
8. Amsal, Lidya, Ribka, Stephanie, Tyrone dan Valery sebagai teman-teman tercinta yang menemani penulis dan membantu dalam banyak hal selama berada di Surabaya.
9. Ita, Nicky, Richard dan Kartika selaku teman-teman terkasih yang membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman ARGOPI, PD FEB, AKSI 2018 “Terbaik Cak” dan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
11. Instagram, Tiktok, Youtube dan sosial media lainnya yang selalu memberikan hiburan dan pembelajaran kepada penulis selama ini.
12. Terakhir dan yang paling penting, terimakasih untuk diri sendiri yang mampu berjalan, menepi, belok kiri, belok kanan, putar balik dan berjalan kembali untuk segala aktivitas yang dilakukan selama ini. Terimakasih telah selalu berjuang untuk hal apapun yang pernah diperjuangkan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Oleh karena itu, penulis sangat membutuhkan dukungan dan bantuan yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi bagi semua pihak khususnya pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 17 November 2022



Kevin Satria Sinaga  
NIM. 041811333092

**NIAT MAHASISWA AKUNTANSI BERINVESTASI DI PASAR MODAL:  
PERSPEKTIF *SOCIAL COGNITIVE THEORY***

**Kevin Satria Sinaga**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris terkait pengaruh *triadic reciprocity determinism* terhadap niat investasi mahasiswa akuntansi di pasar modal. Data penelitian diperoleh dari 338 mahasiswa akuntansi yang berasal dari 23 universitas di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pemodelan persamaan struktural (SEM) melalui estimasi kuadrat terkecil parsial (PLS) dengan bantuan aplikasi Smart-PLS 3. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kompatibilitas, lingkungan sosial, media massa, motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik terhadap niat investasi mahasiswa akuntansi. Kepercayaan dan manfaat yang dirasakan dapat memediasi secara parsial pada pengaruh kompatibilitas, lingkungan sosial, motivasi intrinsik, dan motivasi ekstrinsik terhadap niat investasi mahasiswa. Penelitian ini memberikan implikasi yang dapat membantu regulator pasar modal untuk mempertimbangkan faktor kognitif, lingkungan dan perilaku yang bisa meningkatkan niat investasi terutama di kalangan mahasiswa.

**Kata kunci:** niat investasi, *social cognitive theory*, dan *triadic reciprocity determinism*

**INTENTION OF ACCOUNTING STUDENTS TO INVEST  
IN THE CAPITAL MARKET: SOCIAL COGNITIVE  
THEORY PERSPECTIVE**

**Kevin Satria Sinaga**

**ABSTRACT**

*This study aims to provide empirical evidence regarding the effect of triadic reciprocity determinism on accounting students' investment intentions in the capital market. Research data were obtained from 338 accounting students from 23 universities in Indonesia. This study uses structural equation modeling (SEM) through partial least squares estimation (PLS) with the help of the Smart-PLS 3 application. The results of this study indicate that there is a positive influence of compatibility, social environment, mass media, intrinsic motivation and extrinsic motivation on investment intentions accounting student. Trust and perceived benefits can partially mediate the effect of compatibility, social environment, intrinsic motivation, and extrinsic motivation on students' investment intentions. This research provides implications that can help capital market regulators to consider cognitive, environmental and behavioral factors that can increase investment intentions, especially among students.*

**Key Words:** *investment intention, social cognitive theory and triadic reciprocity determinism.*

## DAFTAR ISI

|                                                                                                                                                                                                              |             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                                                                                                                                                                   | <b>i</b>    |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....</b>                                                                                                                                                                 | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                                                                                                                                                   | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                                                                                                                                                         | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                                                                                                                                                       | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                                                                                                                                                    | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                                                                                                                                                    | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB 1 .....</b>                                                                                                                                                                                           | <b>1</b>    |
| <b>BAB 2 .....</b>                                                                                                                                                                                           | <b>9</b>    |
| 2.1 Landasan Teori.....                                                                                                                                                                                      | 9           |
| 2.1.1 Social Cognitive Theory .....                                                                                                                                                                          | 9           |
| 2.1.2 Niat Investasi .....                                                                                                                                                                                   | 11          |
| 2.1.3 Kompatibilitas.....                                                                                                                                                                                    | 12          |
| 2.1.4 Lingkungan Sosial .....                                                                                                                                                                                | 12          |
| 2.1.5 Media Massa .....                                                                                                                                                                                      | 13          |
| 2.1.6 Motivasi Intrinsik.....                                                                                                                                                                                | 14          |
| 2.1.7 Motivasi Ekstrinsik .....                                                                                                                                                                              | 15          |
| 2.1.8 Kepercayaan.....                                                                                                                                                                                       | 16          |
| 2.1.9 Manfaat yang dirasakan .....                                                                                                                                                                           | 17          |
| 2.1.10 Pasar Modal .....                                                                                                                                                                                     | 17          |
| 2.2 Pengembangan Hipotesis .....                                                                                                                                                                             | 18          |
| 2.2.1 Pengaruh Kompatibilitas terhadap Niat Investasi Mahasiswa Akuntansi .....                                                                                                                              | 18          |
| 2.2.2 Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Niat Investasi Mahasiswa Akuntansi .....                                                                                                                           | 19          |
| 2.2.3 Pengaruh Media Massa terhadap Niat Investasi Mahasiswa Akuntansi .....                                                                                                                                 | 20          |
| 2.2.4 Pengaruh Motivasi Intrinsik terhadap Niat Investasi Mahasiswa Akuntansi .....                                                                                                                          | 21          |
| 2.2.5 Pengaruh Motivasi Ekstrinsik terhadap Niat Investasi Mahasiswa Akuntansi .....                                                                                                                         | 22          |
| 2.2.6 Peran Kepercayaan sebagai Pemediasi pada Pengaruh Kompatibilitas, Lingkungan Sosial, Media Massa, Motivasi Intrinsik, Motivasi Ekstrinsik terhadap Niat Investasi Mahasiswa Akuntansi .....            | 23          |
| 2.2.7 Peran Manfaat yang dirasakan sebagai Pemediasi pada Pengaruh Kompatibilitas, Lingkungan Sosial, Media Massa, Motivasi Intrinsik, Motivasi Ekstrinsik terhadap Niat Investasi Mahasiswa Akuntansi ..... | 24          |
| 2.3 Kerangka Konseptual.....                                                                                                                                                                                 | 25          |
| <b>BAB 3 .....</b>                                                                                                                                                                                           | <b>26</b>   |
| 3.1 Pendekatan Penelitian .....                                                                                                                                                                              | 26          |
| 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....                                                                                                                                                                     | 26          |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data.....                                                                                                                                                                               | 27          |

|                                                                                                                                                                                                         |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.4 Deskripsi Operasional Variabel .....                                                                                                                                                                | 27        |
| 3.4.1 Niat Investasi .....                                                                                                                                                                              | 28        |
| 3.4.2 Kompatibilitas.....                                                                                                                                                                               | 28        |
| 3.4.3 Lingkungan Sosial .....                                                                                                                                                                           | 28        |
| 3.4.4 Media Massa .....                                                                                                                                                                                 | 29        |
| 3.4.5 Motivasi Intrinsik.....                                                                                                                                                                           | 29        |
| 3.4.6 Motivasi Ekstrinsik .....                                                                                                                                                                         | 29        |
| 3.4.7 Kepercayaan.....                                                                                                                                                                                  | 29        |
| 3.4.8 Manfaat yang dirasakan .....                                                                                                                                                                      | 30        |
| 3.4.9 Jenis Kelamin, Usia, Pengalaman, dan Penghasilan.....                                                                                                                                             | 30        |
| 3.5 Teknik Analisis Data.....                                                                                                                                                                           | 31        |
| 3.5.1 Statistik Deskriptif .....                                                                                                                                                                        | 31        |
| 3.5.2 Model Analisis Data.....                                                                                                                                                                          | 31        |
| 3.5.3 Uji Hipotesis .....                                                                                                                                                                               | 32        |
| <b>BAB 4 .....</b>                                                                                                                                                                                      | <b>34</b> |
| 4.1 Gambaran Umum.....                                                                                                                                                                                  | 34        |
| 4.2 Analisis Karakteristik Responden.....                                                                                                                                                               | 34        |
| 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas .....                                                                                                                                        | 34        |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi.....                                                                                                                                                | 36        |
| 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Relevansi Mata Kuliah Pasar<br>Modal .....                                                                                                                    | 38        |
| 4.3 Analisis Deskriptif .....                                                                                                                                                                           | 40        |
| 4.4 Analisis Model .....                                                                                                                                                                                | 42        |
| 4.4.1 Analisis Model Pengukuran .....                                                                                                                                                                   | 42        |
| 4.4.2 Analisis Model Struktural .....                                                                                                                                                                   | 47        |
| 4.5 Hasil Pembuktian Hipotesis .....                                                                                                                                                                    | 48        |
| 4.5.1 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung .....                                                                                                                                                           | 48        |
| 4.5.2 Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung .....                                                                                                                                                     | 50        |
| 4.6 Pembahasan.....                                                                                                                                                                                     | 51        |
| 4.6.1 Pengaruh Kompatibilitas Terhadap Niat Investasi Mahasiswa<br>Akuntansi .....                                                                                                                      | 51        |
| 4.6.2 Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Niat Investasi Mahasiswa<br>Akuntansi .....                                                                                                                   | 52        |
| 4.6.3 Pengaruh Media Massa Terhadap Niat Investasi Mahasiswa Akuntansi<br>.....                                                                                                                         | 53        |
| 4.6.4 Pengaruh Motivasi Intrinsik Terhadap Niat Investasi Mahasiswa<br>Akuntansi .....                                                                                                                  | 54        |
| 4.6.5 Pengaruh Motivasi Ekstrinsik Terhadap Niat Investasi Mahasiswa<br>Akuntansi .....                                                                                                                 | 55        |
| 4.6.6 Peran Kepercayaan sebagai Pemediasi pada Pengaruh Kompatibilitas,<br>Lingkungan Sosial, Media Massa, Motivasi Intrinsik, Motivasi Ekstrinsik<br>terhadap Niat Investasi Mahasiswa Akuntansi ..... | 56        |

|                                                                                                                                                                                                                   |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.6.7 Peran Manfaat yang dirasakan sebagai Pemediasi pada Pengaruh<br>Kompatibilitas, Lingkungan Sosial, Media Massa, Motivasi Intrinsik,<br>Motivasi Ekstrinsik terhadap Niat Investasi Mahasiswa Akuntansi..... | 57        |
| <b>BAB 5 .....</b>                                                                                                                                                                                                | <b>59</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                                                                                                                                              | 59        |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian.....                                                                                                                                                                                  | 60        |
| 5.3 Saran .....                                                                                                                                                                                                   | 60        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                                                                                                                        | <b>62</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                                                                                                                                                              | <b>69</b> |

**DAFTAR TABEL**

|                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4. 1 Gambaran Responden Berdasarkan Asal Universitas.....                           | 35 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi.....                             | 36 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Relevansi Mata Kuliah Pasar<br>Modal ..... | 38 |
| Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif.....                                                       | 40 |
| Tabel 4. 5 Estimasi Validitas Konvergen.....                                              | 42 |
| Tabel 4. 6 Hasil Validitas Konvergen.....                                                 | 43 |
| Tabel 4. 7 Hasil Validitas Diskriminan Kriteria <i>Fornell-Larcker</i> .....              | 44 |
| Tabel 4. 8 Hasil Validitas Diskriminan Kriteria <i>Cross Loading</i> .....                | 45 |
| Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Reliabilitas .....                                             | 46 |
| Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Model Struktural.....                                         | 47 |
| Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung .....                                       | 48 |
| Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Tidak Langsung .....                                          | 50 |

**DAFTAR GAMBAR**

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Model <i>Triadic Reciprocity Determinism</i> ..... | 9  |
| Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual .....                          | 25 |