

Peran Pendidikan Etika Bisnis dalam Memoderasi Pengaruh *Subjective Norms* terhadap Pengambilan Keputusan Etis Mahasiswa S1 FEB UGM pada Penggunaan Spotify Bajakan

Pasha Sultan Al-Thaf

NIM 21/478375/EK/23518

Program Studi Akuntansi, Universitas Gadjah Mada

pasha.sultan.al-thaf@mail.ugm.ac.id

Dosen Pembimbing: Gunawan Wibisono, S.E., M.Acc., CA.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *subjective norms* terhadap pengambilan keputusan etis mahasiswa S1 FEB UGM dalam penggunaan Spotify bajakan, dengan pendidikan etika bisnis sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi yang memicu maraknya pembajakan aplikasi digital. Akan tetapi, keterbatasan finansial mahasiswa dapat menjadikan penggunaan Spotify bajakan sebagai solusi ekonomis, meskipun hal tersebut termasuk pelanggaran hak cipta. Penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling* dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner daring kepada 292 mahasiswa S1 FEB UGM yang memenuhi syarat, yaitu pernah menggunakan Spotify dan mengetahui adanya versi bajakan dari aplikasi tersebut. Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *subjective norms* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan etis mahasiswa S1 FEB UGM dalam penggunaan Spotify bajakan. Sebaliknya, pendidikan etika bisnis terbukti tidak memoderasi hubungan tersebut secara signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesadaran etis mahasiswa FEB UGM yang relatif homogen terkait penggunaan Spotify bajakan lebih dominan dibentuk oleh norma sosial di lingkungan mereka dibandingkan adanya intervensi dari pendidikan formal, seperti mata kuliah etika bisnis.

Kata Kunci: *subjective norms*; pengambilan keputusan etis; pendidikan etika bisnis; Spotify bajakan; PLS-SEM

The Role of Business Ethics Education in Moderating the Influence of Subjective Norms on Undergraduate Students' Ethical Decision-Making Regarding the Use of Pirated Spotify at FEB UGM

Pasha Sultan Al-Thaf

NIM 21/478375/EK/23518

Program Studi Akuntansi, Universitas Gadjah Mada

pasha.sultan.al-thaf@mail.ugm.ac.id

Thesis Supervisor: Gunawan Wibisono, S.E., M.Acc., CA.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of subjective norms on the ethical decision-making of undergraduate students at the Faculty of Economics and Business, Universitas Gadjah Mada (FEB UGM), in relation to the use of pirated Spotify, with business ethics education as a moderating variable. The research is motivated by the rapid development of technology, which has contributed to the widespread occurrence of digital application piracy. On the other hand, financial constraints among students may lead them to perceive pirated Spotify as a more economical solution, despite its infringement of copyright laws. This study employs a convenience sampling technique, collecting primary data through an online questionnaire distributed to 292 undergraduate FEB UGM students who met the criteria of having used Spotify and being aware of pirated versions. Data analysis was conducted using Partial Least Squares-Structural Equation Modelling (PLS-SEM) via SmartPLS software. The results indicate that subjective norms have a positive and significant influence on students' ethical decision-making regarding the use of pirated Spotify. Conversely, business ethics education does not significantly moderate this relationship. These findings suggest that the relatively homogeneous ethical awareness among FEB UGM students concerning the use of pirated Spotify is shaped more by social norms within their environment than by formal educational interventions such as business ethics courses.

Keywords: subjective norms; ethical decision-making; business ethics education; pirated Spotify; PLS-SEM