

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Idealisme, Relativisme, Status Sosial Ekonomi terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi dalam Akuntansi Kreatif dengan *Love of Money* sebagai variabel Intervening. Pengujian ini menggunakan Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi dalam Akuntansi Kreatif sebagai variabel dependen, *Love of Money* sebagai variabel Intervening, serta variabel idealisme, relativisme, dan status sosial ekonomi sebagai variabel independen. Sampel yang digunakan adalah mahasiswa aktif S1 jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang merupakan salah satu Perguruan tinggi yang memiliki akreditasi program studi akuntansi A di Yogyakarta yang meliputi mahasiswa tingkat akhir maupun mahasiswa aktif yang sudah menempuh mata kuliah etika profesi dan bisnis dan belum menempuh mata kuliah etika profesi dan bisnis yang meliputi angkatan 2016, 2017, 2018. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Berdasarkan proses penyebaran kuesioner yang dilakukan, diperoleh sampel 120 responden. Uji Hipotesis pada penelitian ini menggunakan *Software* SPSS dengan analisis Regresi berganda dan analisis Jalur (*Path Analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Idealisme, Status Sosial Ekonomi dan *Love of Money* berpengaruh negatif terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi dalam Akuntansi Kreatif. Relativisme berpengaruh positif terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi dalam Akuntansi Kreatif. Status Sosial Ekonomi berpengaruh positif terhadap *Love of Money*. Status Sosial Ekonomi berpengaruh negatif terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi dalam Akuntansi Kreatif ketika dihubungkan dengan *Love of Money* sebagai variabel intervening.

Kata kunci: Persepsi Etis Mahasiswa, Akuntansi Kreatif, Idealisme, Relativisme, Status Sosial Ekonomi, *Love of Money*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Idealism, Relativism, Socio-Economic Status on the Ethical Perceptions of Accounting Students in Creative Accounting with Love of Money as Intervening variables. This test uses the Ethical Perception of Accounting Students in Creative Accounting as the dependent variable, Love of Money as an Intervening variable, as well as the idealism, relativism, and socioeconomic variables as independent variables. The sample used was an active undergraduate student majoring in Accounting, Muhammadiyah University, Yogyakarta, which is one of the tertiary institutions that has an accreditation program for accounting A in Yogyakarta, which includes final year students as well as active students who have taken professional and business ethics courses and have not taken ethics courses profession and business which includes class of 2016, 2017, 2018. This study uses a purposive sampling method. The type of data used in this study is primary data. Based on the process of distributing the questionnaire, a sample of 120 respondents was obtained. Hypothesis testing in this study uses SPSS Software with multiple regression analysis and Path Analysis. The results showed that Idealism, Socio-Economic Status and Love of Money negatively affected the Ethical Perceptions of Accounting Students in Creative Accounting. Relativism has a positive effect on the Ethical Perceptions of Accounting Students in Creative Accounting. Socio-Economic Status has a positive effect on Love of Money. Socio-Economic Status has a negative effect on Ethical Perceptions of Accounting Students in Creative Accounting when it is associated with Love of Money as an intervening variable.

Keywords: Student Ethical Perception, Creative Accounting, Idealism, Relativism, Socio-Economic Status, Love of Money