

VOLUME
9NOMOR
1

2024



Berkala

Akuntansi dan Keuangan Indonesia

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI MAHASISWA MENGENAI PRAKTIK *CREATIVE ACCOUNTING* DENGAN RELIGIUSITAS ISLAMI SEBAGAI PEMODERASI

Desi Masrika Puspa¹, Siti Rodiah², Rama Gita Suci³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Riau

¹dmasrikapuspa@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel: Tanggal Masuk
6 Februari 2024

Revisi Diterima 31 Mei 2024

Tanggal Diterima 24 Juni 2024

Tersedia Online 25 Juni 2024

Kata Kunci:

Pengetahuan Etika Profesi Akuntan, Orientasi Etis, Creative Accounting dan Religiusitas Islami.

Knowledge of Professional Accountant Ethics, Ethical Orientation, Creative Accounting and Islamic Religiosity

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa mengenai praktik *Creative Accounting* dengan religiusitas islami sebagai variabel moderasi. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini ialah mahasiswa akuntansi angkatan 2018-2022 yang berada di Universitas Muhammadiyah Riau sebanyak 640 mahasiswa. Sampel penelitian sebanyak 314 responden dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data penelitian ini dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden melalui *Google Form*. Analisis data yang digunakan penelitian ini ialah uji statistik dekriptif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan alat bantu SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan etika profesi akuntan dan orientasi etis berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa mengenai praktik *creative accounting*. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa religiusitas islami memoderasi pengaruh orientasi etis terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai praktik *creative accounting*. Sedangkan, religiusitas islami tidak memoderasi pengaruh pengetahuan etika profesi akuntan terhadap persepsi mahasiswa mengenai *creative accounting*.

The purpose of this study is to determine the factors that influence individual perceptions of creative accounting, using Islamic religion as a moderator variable. This study uses a quantitative method with a population of accounting students from 2018 to 2022 at Universitas Muhammadiyah Riau. The total population size for this study is 640 students, and the total sample size is 314 respondents chosen using a purposive selection method. Data collection entails distributing questionnaires to respondents using Google Form. The data analysis in this study includes descriptive statistical tests, classical assumption tests, and hypothesis testing using SPSS. The results of this research indicate that knowledge of accounting professional ethics and ethical orientation have an impact on accounting students' perceptions of creative accounting. The results of this research also show that Islamic religiosity moderates the effect of ethical orientation on accounting students'

perceptions of creative accounting. However, Islamic religiosity does not moderate the effect of knowledge of accounting professional ethics on accounting students' perceptions of creative accounting.

1. Pendahuluan

Ada beberapa perusahaan masih belum memenuhi standar yang berlaku dalam penyusunan laporan keuangan. Tujuannya untuk memanipulasi data atau laporan keuangan perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan membentuk citra yang baik dalam laporan keuangannya, sehingga investor dan kreditor tertarik untuk berinvestasi. Dengan kata lain, pihak yang berwenang menyusun laporan keuangan melakukan tindakan *creative accounting* (Valentine, 2019). *Accounting Creative* melibatkan manipulasi akun keuangan dengan cara yang melanggar prinsip akuntansi yang berlaku umum (GAAP) (Abed et al., 2022). Dalam penelitian Imaniar (2022) mengemukakan bahwa *creative accounting* adalah proses atau transformasi yang menggunakan sejumlah prosedur berbeda yang telah disetujui oleh Standar Akuntansi untuk memodifikasi laporan keuangan sesuai kebutuhan.

Praktik *creative accounting* ini dapat di jumpai di beberapa Negara. Praktik *creative accounting* ini dinilai masih kontroversial, pada dasarnya praktik *creative accounting* tidak melanggar hukum dan standar akuntansi, tetapi ini menjadikan hal yang dilema oleh para profesional akuntan terhadap etika yang harus dipertimbangkannya ketika menggunakan teknik tersebut (Imaniar, 2022). Praktik *creative accounting* tersebut tidak lepas dari peran seorang profesi akuntan yang melanggar prinsip dasar etika profesi akuntan. Dalam hal ini seorang mahasiswa akuntansi yang merupakan calon penerus profesi akuntan harus memahami pengetahuan etika sebelum mahasiswa Akuntansi terjun ke dalam dunia akuntan. Pengetahuan mahasiswa khususnya tentang etika profesi akuntan akan menjadi modal bagi mahasiswa akuntansi saat akan menjadi seorang akuntan (Asprilliadita & Aisyah, 2019). Semakin maraknya skandal yang terjadi dalam suatu profesi seperti *creative accounting* ini, maka akan menimbulkan suatu krisis etis profesional. Terjadinya krisis etis profesional dapat dilihat dari dua aspek orientasi etis, yaitu orientasi idealisme dan orientasi relativisme. Sikap idealis itu diartikan sebagai sikap yang tidak memihak dan terhindar dari berbagai kepentingan. Individu yang memiliki sifat idealisme yang tinggi cenderung akan bertindak tegas terhadap segala tindakan yang merugikan orang lain (Comunale et al., 2006). Fitria dan Sari (2014) menyebutkan bahwa individu yang memiliki orientasi relativisme cenderung mengabaikan prinsip dan tidak mempunyai rasa tanggungjawab mengenai hidup individu lain, mereka tidak memperdulikan prinsip-prinsip yang ada dan lebih melihat keadaan sekitar sebelum akhirnya merespon suatu kejadian yang melanggar etika. Individu yang memiliki relativisme yang rendah akan mendukung tindakan-tindakan moral yang berdasar prinsip, norma, ataupun hukum universal.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa adanya ketidakkonsistenan dari hasil temuan mereka. Tambunan dan Silitonga (2020) dan Imaniar (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan etika profesi akuntan terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai *creative accounting*, sedangkan pada penelitian Fitria dan Sari (2014) mengemukakan bahwa tingkat pengetahuan etika profesi akuntan yang dimiliki seorang mahasiswa tidak mempengaruhi persepsi mereka terhadap *creative accounting*. Menurut penelitian yang dilakukan Juliardi et al. (2019) yang menyebutkan bahwa variabel orientasi etis tidak berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa tentang akuntansi kreatif. Namun pada penelitian Jaya dan Sukirno (2020), Imaniar (2022) menyebutkan bahwa variabel orientasi etis berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa akuntansi tentang *creative accounting*.

Menurut penelitian Risela (2016) Religiusitas islami dapat mempengaruhi akuntan untuk bertindak positif sehingga mencegah dari penyimpangan *creative accounting*. Religiusitas islami ini akan membentengi dan menjadi pedoman bagi akuntan untuk lebih meningkatkan pengetahuan etika sehingga persepsi mereka tentang praktik *creative accounting* akan semakin baik. Semakin baik Religiusitas islami yang dimiliki seseorang maka akan baik pula persepsi mereka terhadap praktik *creative accounting* dan sebaliknya. Studi Pamungkas (2014) dan Sevi et al. (2021) menemukan bahwa meningkatnya religiusitas berbanding terbalik dengan kecenderungan kecurangan akuntansi.

Kurangnya penelitian yang meriset hubungan antara pengetahuan etika profesi akuntan dan orientasi etis terhadap persepsi mahasiswa mengenai praktik *creative accounting* menjadi motivasi dari penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah pengaruh pengetahuan etika profesi akuntan dan orientasi etis terhadap persepsi mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau mengenai praktik *creative accounting*. Berbeda dari penelitian Imaniar (2022), penelitian ini menambahkan variabel religiusitas islami sebagai variabel moderasi. Dengan adanya penambahan variabel tersebut, diharapkan dapat menunjukkan seberapa signifikan pengaruh pengetahuan etika profesi akuntan dan orientasi etis terhadap persepsi mahasiswa mengenai praktik *creative accounting* jika diperkuat oleh religiusitas islami.

Penelitian ini berkontribusi pada literatur terkait *creative accounting* berbagai aspek. Pertama, penelitian ini menelaah karakteristik orientasi etis yang lebih luas dan bervariasi dengan menggunakan religiusitas Islami sebagai variabel moderasi. Kedua, inkonsistensi hasil dari penelitian terdahulu membuat penelitian ini ditujukan untuk memberi gambaran yang lebih jelas terkait hubungan pengetahuan etika profesi akuntan dan orientasi etis terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai praktik *creative accounting*. Ketiga, temuan dari penelitian ini mampu menawarkan pandangan baru yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan praktik *creative accounting*.

Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017) yaitu penelitian yang analisisnya secara umum menggunakan data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka) yang diuji menggunakan metode survey dan kuesioner, yaitu dengan cara mengambil sampel dari suatu populasi melalui bantuan kuesioner yang berfungsi sebagai alat pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau kepada responden untuk dijawab.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) menguji pengaruh pengetahuan etika profesi akuntan terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai praktik *creative accounting*, (2) menguji pengaruh orientasi etis terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai praktik *creative accounting* (3) menguji pengaruh pengetahuan etika profesi akuntan terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai praktik *creative accounting* dimoderasi religiusitas islami (4) menguji pengaruh pengetahuan etika profesi akuntan terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai praktik *creative accounting* dimoderasi religiusitas islami.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Grand Theory

Teori Atribusi

Teori atribusi pertama kali dikembangkan oleh Fritz Heider tahun 1958 dalam (Weiner, 2008). Teori ini mengacu pada bagaimana seseorang menafsirkan suatu peristiwa dan penyebab perilakunya (Luthans, 1998 dalam Tandiontong, 2016). Fritz Heider menyatakan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh kekuatan internal dan kekuatan eksternal. Kinerja dan perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh kemampuan pribadinya yang berasal dari kekuatan internal yang dimiliki seseorang, misalnya seperti sifat, watak, sikap, kemampuan, keahlian dan usaha, sedangkan faktor yang berasal dari luar kendali individu adalah kemampuan seseorang. kekuatan eksternal seperti tekanan. situasi, kesulitan atau keberuntungan dalam pekerjaan kade. Kepribadian adalah segala pikiran, perasaan, dan perilaku yang nyata, baik disadari maupun tidak disadari (Wahidahwati & Asyik, 2022). Perilaku yang disebabkan secara internal merupakan pengendalian perilaku yang berasal dari diri pribadi individu, sedangkan perilaku secara eksternal merupakan perilaku yang dipengaruhi oleh keadaan luar seperti keadaan atau situasi yang membuat individu melakukan hal tersebut, yang mana individu tersebut akan melakukan sesuatu secara terpaksa (Valentia & Susanty, 2021). Alasan peneliti menggunakan teori ini karena teori atribusi relevan digunakan untuk menjelaskan faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.

2.2 Persepsi Mahasiswa Mengenai *Creative Accounting*

Persepsi merupakan cara orang-orang menginterpretasikan peristiwa atau kejadian, objek, dan manusia lainnya. Orang-orang pada dasarnya berpersepsi dengan mengabaikan

persepsi yang mencerminkan kenyataan sesungguhnya. Pengertian persepsi secara formal merupakan proses yang membuat orang harus menentukan, berusaha, dan mengimplementasikan dorongan kedalam suatu bentuk yang penuh arti (Arfan, 2011). Scott (2015) menyatakan bahwa *creative accounting* merupakan suatu proses manajemen untuk memilih kebijakan yang sesuai dengan standar akuntansi untuk mempengaruhi laba yang akan diinginkan pada laporan keuangan. Dalam hal lain, *creative accounting* juga merupakan pemanfaatan kebijakan dan teknik akuntansi dalam berbagai badan usaha yang digunakan untuk memperoleh laporan keuangan yang diharapkan.

Creative accounting yang dilakukan pihak manajemen untuk meningkatkan nilai pasar dan memberikan kepuasan kepada investor dan pemilik secara teoritis dilakukan karena adanya pemanfaatan celah yang ada di dalam standar penyusunan laporan informasi keuangan tanpa harus melanggar standar akuntansi. Dapat disimpulkan Persepsi Mahasiswa Mengenai *Creative Accounting* adalah hasil dari pemahaman atau pola pikir yang dihasilkan oleh mahasiswa akuntansi dalam melihat dan menanggapi peristiwa terkait proses pelaporan keuangan atau kebijakan yang melibatkan profesi akuntansi (Imaniar, 2022).

2.3 Pengetahuan Etika Profesi Akuntan

Menurut Notoatmodjo (2014) Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dan ini terjadi setelah seseorang mengadakan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan yang telah melalui panca indera manusia, yaitu indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Dasar pemikiran yang melandasi pada setiap profesi diperlukan etika profesi adalah kepercayaan masyarakat karena masyarakat akan sangat menghargai profesi yang menerapkan standar mutu tinggi terhadap pelaksanaan pekerjaan profesi anggotanya (Mulyadi, 2014). Imaniar (2022) menerangkan bahwa Etika menjadi kode etik yang diterapkan dengan maksud untuk menjadi acuan atau tolak ukur dalam membentuk para profesi menjadi individu, masyarakat, dan insan yang berkarakter dengan profesi mereka masing-masing. Pengetahuan etika profesi akuntan mengacu pada pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang norma-norma khusus yang menjadi landasan perilaku akuntan dalam menjalankan kewajiban profesionalnya.

2.3 Orientasi Etis

Orientasi terdiri dari dua kata, orientasi dan etis yang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 383 & 989) orientasi diartikan sebagai suatu peninjauan untuk menentukan sikap yang tepat dan benar yang mendasari pikiran, perhatian, atau kecenderungan, sedangkan arti kata etis adalah sesuatu yang berhubungan dengan etika dan asas perilaku yang disepakati secara umum. Sedangkan etis diambil dari kata etika dimana etika (etimologi), berasal dari bahasa Yunani "Ethos" yang berarti watak kesusilaan atau adat. Menurut Forsyth bahwa orientasi etis terdiri dari dua karakteristik yaitu idealisme dan relativisme. Idealisme

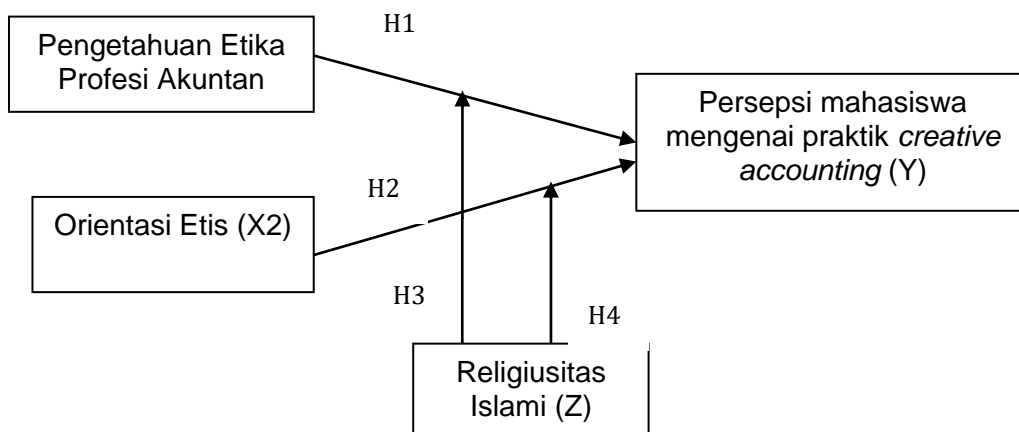
mengacu pada yang diyakini setiap individu dengan konsekuensi dan tidak melanggar nilai-nilai moral. Orientasi idealisme ini peduli dengan kesejahteraan individu lain dan berusaha untuk tidak menyakiti individu lain. Sedangkan relativisme yaitu sikap yang menolak nilai moral mutlak dalam melakukan tindakan etis. Relativisme menolak nilai-nilai moral universal dan percaya bahwa perilaku moral tergantung pada setiap individu dan kondisi yang terkait dengannya (Saputri dan Sari, 2018).

2.4 Religiusitas Islami

Religiusitas merupakan nilai dan sikap masyarakat dalam melakukan aktivitas yang berhubungan dengan keyakinan agamanya (Abror et al., 2021). Virana (2022) menyatakan bahwa religiusitas islami merupakan bagaimana seorang individu memahami, menghayati dan mengintegrasikan norma agama islam ke dalam diri mereka sendiri serta menjadi bagian dari kepribadian mereka. Pemaknaan dan penghayatan keyakinan dan nilai-nilai religius yang terkandung didalamnya membuat individu mempunyai pemikiran yang mengacu pada suatu nilai dan maksud yang terdapat dalam agamanya Pola pikir dan akal tersebut akan memengaruhi kita dalam bertingkah laku, memahami pemaknaan, dan menginterpretasi pelbagai hal yang telah terjadi di sekitarnya. Tingginya tingkat religiusitas yang dimiliki seseorang akan berbanding lurus dengan tingginya persepsi etis akuntan. Dengan demikian, ketaatan seorang akuntan dalam beragama diharapkan akan memberikan respon terhadap perilaku etis terkait *creative accounting* dengan tanda ketidaksetujuan.

2.5 Kerangka Konseptual

kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut



Gambar 1. Kerangka Konseptual

2.6 Pengembangan Hipotesis

2.6.1. Pengetahuan Etika Profesi Akuntan dan Persepsi Mahasiswa Mengenai Praktik *Creative Accounting*

Menurut penelitian Imaniar (2022) Etika merupakan bentuk perilaku yang harus tertanam dalam diri seorang profesi yang dimana ini akan menjadi sebuah karakter. Persepsi seseorang menjadikan *creative accounting* menjadi pemicu masalah pada kecenderungan manusia untuk memenuhi kepentingan masing-masing. Sehingga, etika profesi akuntan sangatlah diperlukan sebagai aturan khusus yang menjadi dasar atau acuan dalam berperilaku untuk menjalankan profesinya. Berdasarkan hasil penelitian Sevi et al. (2021), Yasin (2023) dan Imaniar (2022) yang menyebutkan bahwa pengetahuan etika profesi akuntan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai *creative accounting*. Berdasarkan teori atribusi yang menggambarkan dari penjelasan cara-cara manusia menilai orang secara berlainan, tergantung pada makna apa yang dihubungkan ke suatu perilaku tertentu (Michael dan Dixon, 2019)

H1: Pengetahuan Etika Profesi Akuntan berpengaruh terhadap Persepsi Mahasiswa Mengenai Praktik *Creative Accounting*

2.6.2. Orientasi Etis dan Persepsi Mahasiswa Mengenai Praktik *Creative Accounting*.

Dalam penelitian Imaniar (2022) menjelaskan bahwa orientasi etis merupakan pandangan seseorang mengenai etika. Adanya benturan kepentingan menjadi pemicu terjadinya *creative accounting* yang menyebabkan kecenderungan manusia untuk memenuhi kepentingan dan keinginan secara maksimal. Ketika dihadapkan pada suatu masalah, perilaku etis seseorang memiliki dampak yang signifikan terhadap pengambilan keputusan. Sehingga, diasumsikan bahwa orang dengan perspektif etis akan membuat penilaian yang baik. Perilaku etis seseorang akan memberikan pengaruh positif terhadap lingkungan di mana dia tinggal. Berdasarkan hasil penelitian Rahayu et al (2022) dan Imaniar (2022) yang menyebutkan bahwa orientasi etis berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai *creative accounting*. Berdasarkan teori atribusi berhubungan dengan proses kognitif dimana seseorang individu menginterpretasikan perilaku seseorang berhubungan dengan bagian tertentu pada lingkungan yang relevan. Menurut asumsi para ahli teori atribusi yang merupakan ciri dari teori atribusi menjelaskan bahwa manusia itu rasional dan didorong untuk mengidentifikasi dan memahami struktur penyebab dari lingkungan mereka berada. Hal tersebut menjelaskan bahwa perilaku berhubungan dengan sikap dan karakteristik individu (Robbins, 2013).

H2: Orientasi Etis berpengaruh terhadap Persepsi Mahasiswa Mengenai Praktik *Creative Accounting*

2.6.3. Pengetahuan Etika Profesi Akuntan, Persepsi Mahasiswa Mengenai Praktik *Creative Accounting dan religiusitas isami*

Bagi umat Islam Al-Quran dan Sunnah memberikan pedoman hidup yang lengkap sehingga lingkup sosial ekonomi kehidupan mereka juga perlu diatur oleh ajaran syariah yang

bersumber dari Al-Quran dan Sunnah. Oleh karena itu, tidak ada bentuk keuangan Islam yang dapat menyimpang dari aturan ini karena akan dianggap Haram (dilarang) menurut syariah. Pengetahuan tidak digunakan untuk melawan dan berpotensi merusak prinsip dasar Islam (Malik et al. 2019). Menurut peneliti Religiutas islami akan membentengi dan menjadi pedoman bagi akuntan untuk lebih meningkatkan pengetahuan etika sehingga persepsi mereka tentang praktik *creative accounting* akan semakin baik. Semakin baik Religiusitas islami yang dimiliki seseorang maka akan baik pula persepsi mereka terhadap praktik *creative accounting* dan sebaliknya. Menurut Anggraini dan Aziza (2022) mengutarakan bahwa religiusitas islami dalam teori atribusi merupakan pemikiran seseorang yang akan memotivasi dirinya dalam bertindak. Hasil penelitian Anggraini dan Aziza (2022) Dalam memoderasi (memperkuat) interaksi pengetahuan etika profesi akuntan dalam praktik *creative accounting*, religiusitas islami sedikit memperkuat hubungan keduanya. Artinya, religiusitas islami tidak mampu menurunkan persepsi karyawan yang memiliki pengetahuan akuntansi terhadap praktik *creative accounting*

H3: Religiusitas Islami Memperkuat Pengaruh Pengetahuan Etika Profesi Akuntan terhadap Persepsi Mahasiswa Mengenai Praktik *Creative Accounting*

2.6.4. Orientasi Etis, Persepsi Mahasiswa Mengenai Praktik *Creative Accounting* dan religiusitas islami

Menurut Malik et al. (2019) *creative accounting* sangat kontras dengan ajaran dasar Islam yang menyerukan perilaku etis. Keyakinan agama seorang memberikan peranan penting dalam pengambilan keputusan etis. Dengan begitu seseorang yang mempunyai religiusitas islami yang tinggi akan memikirkan segala perilakunya sesuai ajaran agama islam. Religiusitas islami dan orientasi etis yang berasal dari dalam diri seseorang. Dalam penelitian Imaniar (2022) Ketika dihadapkan dengan kebingungan moral, cara seseorang berperilaku etis memiliki dampak yang signifikan pada penilaian yang mereka buat. Menurut peneliti religiusitas islami yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi karakteristik orientasi etis yang dimiliki seseorang pada penilain yang mereka buat.

Hasil penelitian oleh Jaya dan Sukirno (2020), Aprin (2018) menunjukkan bahwa religiusitas islami berpengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai praktik *creative accounting*. Semakin tinggi religiusitas islami yang dimiliki oleh seorang mahasiswa akuntansi, maka semakin tinggi pula mahasiswa akuntansi menganggap bahwa praktik *creative accounting* merupakan tindakan yang tidak etis. Hal ini sesuai teori atribusi bahwa religiusitas islami merupakan pemikiran seseorang yang akan memotivasi dirinya dalam bertindak.

H4: Religiusitas Islami Memperkuat Pengaruh orientasi etis terhadap Persepsi Mahasiswa Mengenai Praktik *Creative Accounting*.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Populasi, Sampel dan pengumpulan data

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau angkatan 2018 – 2022 sebanyak 640 mahasiswa. Sampel dari penelitian ini adalah 314 Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau angkatan 2018 – 2022. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu responden yang dipilih sebagai sampel penelitian harus memenuhi beberapa kriteria, yaitu: Mahasiswa Prodi S1 Akuntansi yang aktif pada saat kuesioner disebar, Mahasiswa Akuntansi yang beragama Islam, Mahasiswa Akuntansi yang telah menempuh mata kuliah Etika Bisnis dan Profesi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan oleh peneliti melalui kuesioner yang ditujukan kepada responden.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai Praktik <i>Creative Accounting</i> (Y)	Persepsi mahasiswa akuntansi mengenai Praktik <i>creative accounting</i> merupakan hasil dari pemahaman atau pola pikir yang dihasilkan oleh mahasiswa akuntansi dalam melihat dan menanggapi peristiwa terkait proses pelaporan keuangan atau kebijakan yang melibatkan profesi akuntansi. (Imaniar. 2022).	1) <i>Income Minimization</i> 2) <i>Income Maximization</i> 3) Kepentingan Pribadi 4) Kepentingan Orang Terdekat Imaniar (2022)	<i>Likert 1-5</i>
Pengetahuan Etika Profesi Akuntan (X ₁)	Pengetahuan etika profesi akuntan mengacu pada pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang norma-norma khusus yang menjadi landasan perilaku akuntan dalam menjalankan kewajiban profesionalnya. (Imaniar. 2022)	1) Integritas 2) Objektivitas 3) Kompetensi dan Kehati-hatian 4) Kerahasiaan 5) Perilaku Profesional Imaniar (2022)	<i>Likert 1-5</i>
Orientasi Etis	Orientasi Etis mengacu pada	1) Idealisme	<i>Likert 1-5</i>

(X ₂)	keyakinan seseorang akan pentingnya moralitas. Ketika dihadapkan dengan kebingungan moral, cara seseorang berperilaku etis memiliki dampak yang signifikan pada penilaian yang mereka. (Imaniar. 2022)	2) Relativisme Imaniar (2022)	
Religiusitas Islami (Z)	Religiusitas islami merupakan bagaimana seorang individu memahami, menghayati dan mengintegrasikan norma agama islam ke dalam diri mereka sendiri serta menjadi bagian dari kepribadian mereka. (Virana. 2022)	1) Keyakinan 2) Ibadah 3) Pengetahuan 4) Pengamalan 5) Penghayatan Anggraini & Aziza (2022)	Likert 1-5

4. Analisis dan Pembahasan

4.1 Demografi Responden

Demografi responden pada penelitian ini yaitu jenis kelamin, angkatan, status kemahasiswaan, Agama. Dari 314 responden terdapat 79,3% responden berjenis kelamin perempuan yang menjawab kuesioner sedangkan laki-laki berjumlah 20,7%. Untuk angkatan terdapat 14,33% responden angkatan 2018, angkatan 2019 sebanyak 60,83%, sedangkan untuk angkatan 2020 berjumlah 24,84%. Seluruh responden atau 100% responden merupakan mahasiswa yang berstatus masih aktif/belum lulus dan beragama islam.

4.2 Uji Validitas

Data dinyatakan valid jika nilai r-hitung yang menggunakan nilai dari *Corrected Item-Total Correlation* > dari r-tabel pada signifikansi 0,05 (5%) (Ghozali, 2016). hasil uji validitas pada variabel Pengetahuan Etika Profesi Akuntan, Orientasi Etis, Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai *Creative Accounting* dan Religiusitas islami memiliki nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel yaitu 0,110. Hal ini menyatakan bahwa masing-masing item pernyataan pada penelitian ini ialah valid dan layak dipakai untuk penelitian.

4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas kuesioner menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Reabilitas suatu instrumen memiliki tingkat *reliabel* yang tinggi jika nilai koefisien *Cronbach Alpha* yang diperoleh > 0,60 (Ghozali, 2016). hasil uji reliabilitas pada variabel Pengetahuan Etika Profesi Akuntan memiliki

nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,935, variabel Orientasi Etis memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,899, variabel Persepsi Mahasiswa Akuntansi mengenai *Creative Accounting* memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,875 dan variabel Religiusitas islami memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,827. Masing-masing variabel pada penelitian ini memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60. Hal ini menyatakan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

4.3 Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *one-sample kolmogorov-smirnov test* yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*

N	314
Mean	.0000000
Std. Deviation	2.71252590
Absolute	.193
Positive	.100
Negative	-.193
Test Statistic	.193
Asymp. Sig. (2-tailed)	.650 ^c

(Sumber: *Diolah Oleh Peneliti,2023*)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa dari hasil uji normalitas dengan uji statistik *one-sample kolmogorov-smirnov test* di atas, nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,650 > 0,05. Hal ini menyatakan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

4.4 Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

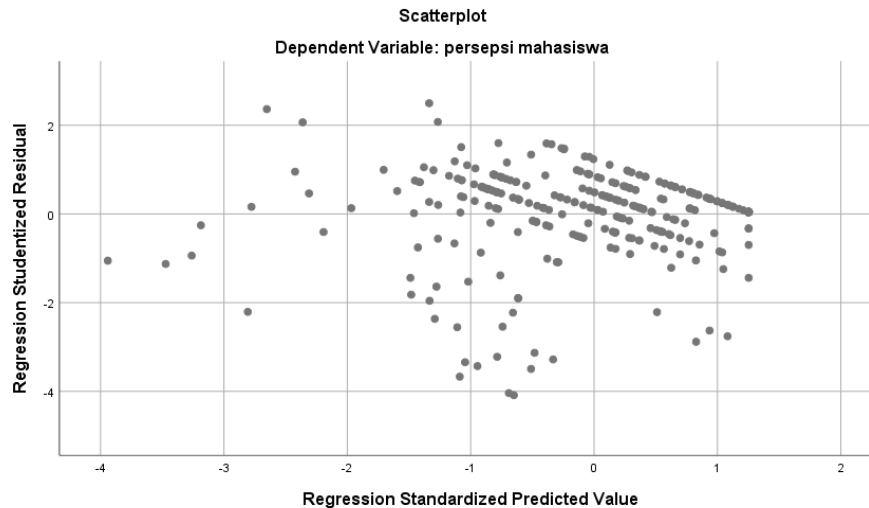
Variabel	Tolerance	VIF
pengetahuan etika profesi Akuntan	.392	2.548
orientasi etis	.392	2.548

(Sumber: *Diolah Oleh Peneliti,2023*)

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa dari hasil uji multikolinearitas di atas, pada variabel Pengetahuan Etika Profesi Akuntan (X1) memiliki nilai VIF 2.548 dan nilai tolerance 0,392, variabel Orientasi Etis (X2) memiliki nilai VIF 2.548 dan nilai tolerance 0,392. Dari semua variabel pada penelitian ini nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 (Ghozali, 2016). Hal ini menyatakan bahwa data dalam penelitian ini terbebas dari multikolinearitas.

4.5 Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini, berikut hasil uji heteroskedastisitas:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

(Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2023)

Berdasarkan Gambar 2 Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas atau tidak ada kesamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Homokedastisitas), hal ini dapat dilihat pada gambar. Gambar *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik tersebar tanpa membentuk suatu pola tertentu dan tersebar baik di bawah atau di atas angka 0 (Ghozali, 2016).

4.6 Uji Parsial (Uji t)

Berikut hasil uji parsial (uji T) pada penelitian ini :

Tabel 4 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
pengetahuan etika profesi akuntan	.296	.043	.458	6.925	.000
orientasi etis	.176	.044	.262	3.958	.000

(Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2023)

Uji t ada tabel 4 di atas menunjukkan bahwa pengetahuan etika profesi akuntan dan orientasi etis berpengaruh positif terhadap Persepsi Mahasiswa Mengenai Praktik *Creative Accounting* dengan signifikansi kurang dari 1%. Hipotesis 1 yang menyatakan pengetahuan etika profesi akuntan berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa terkait praktik *creative accounting* diterima (beta = 0,296 dengan tingkat signifikansi 1%). Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa orientasi etis berpengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa terkait praktik *creative accounting* diterima (beta 0,044 dengan tingkat signifikansi 1%).

4.7 Koefisien determinasi (R^2)

Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.466	.462	2.72123

(Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2023)

Berdasarkan tabel 5 di atas, hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,462 atau 46,2%. Hal ini menyatakan bahwa kontribusi variabel pengetahuan etika profesi akuntan dan orientasi etis terhadap persepsi mahasiswa mengenai *Creative Accounting* adalah sebesar 46,2%, sedangkan sisanya sebesar 53.8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

4.8 Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Untuk menentukan apakah variabel moderasi yang digunakan memang memoderasi variabel X terhadap Y maka perlu diketahui kriteria sebagai berikut:

Tabel 6 Kriteria Penentuan Variabel Moderasi

No.	Tipe Moderasi	Koefisien
1	<i>Pure</i> moderasi	b2 Tidak Signifikan b3 Signifikan
2	<i>Quasi</i> Moderasi	b2 Signifikan b3 Signifikan
3	<i>Homologiser</i> Moderasi (bukan moderasi)	b2 Tidak Signifikan b3 Tidak Signifikan
4	Prediktor	b2 Signifikan b3 Tidak Signifikan

Sumber: Virana, 2022

Keterangan:

b2 : Variabel Religiusitas Islami

b3 : variabel interaksi antara masing-masing variabel bebas (Pengetahuan Etika profesi dan akuntan dan orientasi etis)

Pembahasan terkait pengujian hipotesis yang melibatkan variabel memperkuat dapat dilihat di bawah ini:

4.9. Uji *Moderated Regression Model*

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
----------	---	------------	------	---	------

pengetahuan etika profesi	.262	.230	.406	1.139	.042
orientasi etis	.155	.286	.231	3.405	.002
pengetahuan etika profesi akuntan	.001	.006	.101	.164	.870
*Religiusitas Islami					
orientasi etis	.071	.068	.798	4.055	.000
*Religiusitas Islami					

(Sumber: Diolah Oleh Peneliti,2023)

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis regresi diinterpretasikan bahwa pada kolom B, baris pertama menunjukkan nilai konstanta (a), baris kedua, ketiga dan keempat menunjukkan variabel independen. Persamaan regresi diatas dapat dilihat sebagai berikut :

$$Y = 9.074 + 0,262X_1 + 0,155X_2 + 0,001 X_1 \cdot Z + 0,071 X_2 \cdot Z$$

Religiusitas Islami tidak mampu memoderasi pengaruh pengetahuan etika profesi akuntan terhadap persepsi mahasiswa terkait praktik *creative accounting* (beta 0,001 dengan signifikansi 0,870), sehingga hipotesis 3 ditolak. Sedangkan, religiusitas Islami memoderasi pengaruh orientasi etis terhadap persepsi mahasiswa terkait praktik *creative accounting* (beta 0,071 dan signifikansi 1%) sehingga hipotesis 4 diterima.

4.9.2 Uji Koefisien Determinasi *Moderate Regression Model*

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi *Moderate Regression Model*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 ^a	.474	.465	2.71326

(Sumber: Diolah Oleh Peneliti,2023)

Berdasarkan tabel 9 di atas, hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai *adjustest R square* sebesar 0,474 atau 47,4%. Hal ini menyatakan bahwa kontribusi variabel pengetahuan etika profesi akuntan, orientasi etis terhadap persepsi mahasiswa mengenai *Creative Accounting* jika dimoderasi oleh religiusitas islami adalah sebesar 47,4%, sedangkan sisanya sebesar 52.6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

4.10 Pembahasan Hasil Penelitian

Pengetahuan etika profesi akuntan berpengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa mengenai praktik *creative accounting*. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin banyak atau luas pengetahuan etika profesi akuntan yang dimiliki oleh seorang Mahasiswa Akuntansi akan mempengaruhi persepsi Mahasiswa Akuntansi dalam menilai praktik *creative accounting*

sebagai praktik yang tidak etis. Dari pernyataan diatas sesuai dengan Teori Atribusi yang menjelaskan cara-cara manusia menilai orang secara berlainan, tergantung pada makna apa yang dihubungkan ke suatu perilaku tertentu. Dalam hal ini pengetahuan etika profesi akuntan yang akan mempengaruhi persepsi mahasiswa akuntansi terhadap skandal praktik *creative accounting*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sevi et al. (2021), Imaniar (2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan etika profesi akuntan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai *creative accounting*.

Orientasi etis berpengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa mengenai praktik *creative accounting*. Hasil penelitian ini menunjukkan Mahasiswa Akuntansi yang memiliki karakteristik Idealisme yang tinggi akan menilai praktik *creative accounting* sebagai praktik yang tidak etis dan memiliki kemungkinan yang rendah untuk melakukan praktik *creative accounting*. Sebaliknya mahasiswa yang memiliki karakteristik relativisme yang tinggi akan menilai praktik *creative accounting* sebagai praktik yang etis dan memiliki kemungkinan yang tinggi untuk melakukan praktik *creative accounting*. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan Teori Atribusi, dalam hal ini masuk kedalam atribusi Internal, yang mana seseorang individu menginterpretasikan perilaku seseorang berhubungan dengan bagian tertentu pada lingkungan yang relevan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Jaya & Sukirno (2020), Mutiarasari & Julianto (2020), Imaniar (2022) yang menyatakan bahwa orientasi etis berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai *creative accounting* dan orientasi etis memiliki pengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai perilaku tidak etis akuntan.

Pengetahuan etika profesi akuntan tidak dapat dimoderasi oleh religiusitas islami mengenai persepsi mahasiswa mengenai praktik *creative accounting*. Semakin tinggi religiusitas islami seseorang tidak membuat pengetahuan etika profesi akuntan seseorang semakin tinggi. Seseorang yang memiliki religiusitas islami yang tinggi tetapi tidak memiliki pengetahuan etika profesi akuntan, maka seseorang tersebut tidak dapat memberikan persepsi mengenai praktik *creative accounting* dengan baik. Hal ini tidak sesuai dengan teori atribusi, dimana religiusitas islami dalam teori atribusi merupakan pemikiran seseorang yang akan memotivasi dirinya dalam bertindak. Sedangkan Pengetahuan yang dimiliki setiap individu merupakan hasil dari penginderaan mengenai suatu objek atau pemahaman tertentu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Virana (2022) yang menyatakan bahwa religiusitas islami bukan sebagai variabel pemoderasi terhadap praktik *creative accounting*.

Religiusitas islami mampu memoderasi Orientasi etis mengenai persepsi mahasiswa mengenai *creative accounting*, maka hipotesis keempat diterima. Mahasiswa yang memiliki

karakteristik orientasi etis akan menilai praktik *creative accounting* etis, namun religiusitas islami menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi orientasi etis mengenai persepsi seseorang. Semakin tinggi tingkat religiusitas islami maka akan semakin mendorong kearah berperilaku positif. Mahasiswa yang menjaga agamanya maka akan lebih memilih berperilaku etis dan menilai bahwa praktik *creative accounting* merupakan tindakan yang tidak etis. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hasil penelitian oleh Jaya dan Sukirno (2020), menunjukkan bahwa religiusitas islami berpengaruh positif terhadap persepsi mahasiswa akuntansi mengenai praktik *creative accounting*. Semakin tinggi religiusitas islami yang dimiliki oleh seorang mahasiswa akuntansi, maka semakin tinggi pula mahasiswa akuntansi menganggap bahwa praktik *creative accounting* merupakan tindakan yang tidak etis.

5. Kesimpulan, Keterbatasan, dan Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Pengetahuan etika profesi akuntan dan Orientasi Etis berpengaruh terhadap persepsi Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau mengenai praktik *creative accounting*. Berdasarkan hasil analisis regresi moderasi dengan pendekatan *moderate regression analysis* (MRA) menunjukkan religiusitas islami tidak dapat memperkuat hubungan pengetahuan etika profesi akuntan terhadap persepsi Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau mengenai praktik *creative accounting*. Tetapi Berdasarkan hasil analisis regresi moderasi dengan pendekatan *moderate regression analysis* (MRA) menunjukkan religiusitas islami memperkuat hubungan orientasi etis terhadap persepsi Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau mengenai praktik *creative accounting*.

Implikasi penelitian ini di harapkan penelitian ini berkontribusi dalam menambah literatur dan bukti empiris tentang etika penggelapan pajak. Penelitian ini menjelaskan dukungan Teori Atribusi yaitu teori yang mempelajari tentang proses seseorang dalam menginterpretasikan suatu kejadian atau peristiwa, alasan atau sebab perilakunya baik didasari dari faktor internal maupun eksternal. Penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih lanjut tentang bagaimana mahasiswa mengatasi atau memberikan penjelasan terhadap praktik *creative accounting*. Lalu Mahasiswa sebagai calon akuntan untuk lebih mempelajari dan memahami materi – materi yang membahas praktik *creative accounting*, yang mana dapat membantu mahasiswa memahami kompleksitas isu ini dan bagaimana nilai etika dapat diterapkan dalam pengambilan keputusan praktik *creative accounting* serta mengetahui dampak dari praktik *creative accounting* baik dari segi masyarakat maupun negara.

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami bahwa objek dalam penelitian ini mencakup mahasiswa

Akuntansi Angkatan 2018-2020 Universitas Muhammadiyah Riau, sehingga tidak dapat digeneralisasikan pada objek lainnya. Peneliti tidak dapat memberikan kuesioner secara langsung kepada responden dan mendampingi responden dalam mengisi kuesioner. Hal ini disebabkan oleh kesibukan dari responden dan kendala waktu. Kendala ini menyebabkan tidak dapat diketahui apakah responden benar-benar mengisi kuesioner dengan baik. Juga, kemungkinan adanya ketidaksesuaian jawaban responden dengan keadaan yang sebenarnya.

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat diajukan adalah bagi peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan objek penelitian yang berbeda, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran hasil yang lebih luas. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menyebarkan kuesioner secara langsung dan mendampingi responden dalam pengisian kuesioner. Dan juga dapat memberikan penjelasan mengenai isi dari kuesioner tersebut agar responden memahami maksud dari pertanyaan kuesioner. Dalam penyebaran kuesioner dapat menambahkan informasi atau meminta pendapat dari responden agar informasi yang diperoleh lebih mendalam sehingga dapat digunakan sebagai data pendukung dalam penelitian. Bagi penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menambahkan variabel independen lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Abed, I. A., Hussin, N., Ali, M. A., Haddad, H., Shehadeh, M., & Hasan, E. F. (2022). Creative accounting determinants and financial reporting quality: systematic literature review. *Risks*, 10(4), 76. <https://doi.org/10.3390/risks10040076>
- Abror, A., Patrisia, D., Trinanda, O., Omar, M. W., & Wardi, Y. (2021). Antecedents of word of mouth in Muslim-friendly tourism marketing: The role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 882–899. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0006>
- Anggraini, D. T., & Aziza, N. A. (2022). Dapatkah Religiusitas Islami Memoderasi Pengaruh Sifat Machiavellian dan Pengetahuan Akuntansi terhadap Persepsi Praktik Creative Accounting?. *Jurnal Akuntansi dan Governance*, 2(2), 76-93.
- Arfan, L. I. (2011). *Akuntansi Keperilakuan*, cetakan kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Asprilliadita, A., & Aisyah, M. N. (2019). Pengaruh Pengetahuan Etika, Religiusitas, Dan Sensitivitas Etis Terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Praktik Creative Accounting. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 7(3).
- Comunale, C., Thomas, S & Gara, S. (2006). Professional Ethical Crises : A Case Study of Accounting Majors. *Managerial Auditing Journal*, 21 (6), 636 – 656.

- Fitria, M., & Sari, V. F. (2014). Pengaruh Orientasi Idealisme, Relativisme, Tingkat Pengetahuan Akuntansi, Dan Gender Terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi Tentang Krisis Etika Akuntan Profesional (Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Perguruan Tinggi di kota Padang). *Wahana Riset Akuntansi*, 2(1), 387-404.
- Ghozali, I (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang. Penerbit Badan Universitas Diponegoro, vol.96.
- Imaniar, W. A. (2022). Pengaruh Pengetahuan Etika Profesi Akuntan Dan Orientasi Etis Terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Creative Accounting. Skripsi. Universitas Mulawarman. Samarinda
- Jaya, I. P., & Sukirno. (2020). The Effect of Religiosity and Ethical Orientation on Perceptions of Undergraduate Accounting Students on Creative Accounting. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 12(1), 68-76
- Juliardi, D., Bavana, W., & Firdaus, M. I. (2019). Factors Affecting Students' Perception about Creative Accounting. *Advances in Business and Management Research*, 124, 58- 67
- Malik, A., Abumustafa, N. I., & Shah, H. (2019). *Revisiting Creative Accounting in the Context of Islamic Economic and Finance System*. *Asian Social Science*, 15(2), 80-89.
- Michael, A. & Dixon, R. (2019) 'Audit data analytics of unregulated voluntary disclosures and auditing expectations gap', *International Journal of Disclosure and Governance*, 16(4), pp. 188–205. doi: 10.1057/s41310-019-00065-x
- Mulyadi. (2014). *Auditing*. Edisi keenam. Jakarta: Salemba Empat
- Mutiarasari, K. R., & Julianto, I. P. (2020). Pengaruh Orientasi Etis, Gender, Dan Pengetahuan Kode Etik Akuntan Terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Perilaku Tidak Etis Akuntan. *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 9(2), 71.
- Notoatmodjo, S. (2014). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pamungkas, I. D. (2014). Pengaruh Religiusitas dan Rasionalisasi dalam Mencegah dan Mendeteksi Kecenderungan Kecurangan Akuntansi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 48-59.
- Rahayu, N. D., Hartiyah, S., & Putranto, A. (2022). Pengaruh Etika Profesi Akuntan, Orientasi Etis, Tingkat Pengetahuan Akuntansi, Jenis Perguruan Tinggi Terhadap Persepsi Mahasiswa Mengenai Creative Accounting. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(6), 98-107.

- Risela, Deska A. (2016). "Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional, dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi mengenai Praktik Akuntansi Kreatif di Perusahaan (Studi pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta). Skripsi. Yogyakarta.
- Robbins. Stephen P. 2013. *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat Edisi 16
- Saputri, I., & Sari, R. C. (2018). Pengaruh Orientasi Etis, Gender, Dan Jenis Perguruan Tinggi Terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Praktik Creative accounting. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(1)..
- Scott, W. R. (2015). *Financial accounting theory (Seventh)*. Canada: Pearson.
- Sevi, D., Mulyati, S., & Kurniawan, A. (2021). The Effect Of Knowledge Of Ethics, Religiosity, Ethical Sensitivity, Ethical Orientation To Accounting Students Perception Of Creative Accounting Practices. *Accruals (Accounting Research Journal of Sutaatmadja)*. 5(1), 63-88. <https://doi.org/10.35310/accruals.v5i01.685>
- Tambunan, B. H., & Silitonga, A. G. (2020). Pengaruh Pengetahuan Etika Profesi Akuntan Terhadap Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Creative Accounting. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 20(2), 247-255.
- Tandiontong, M. (2016). *Audit quality and its measure-ment*. Jakarta, Indonesia: Alfabeta.
- Valentia, T., & Susanty, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Persepsi Wajib Pajak Terhadap Tindakan Penggelapan Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Tsm*, 1(4), 335-348.
- Valentine Rahajaan, Cinthia (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Creative accounting (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Universitas Kristen Duta Wacana). Bachelor Thesis, Universitas Kristen Duta Wacana.
- Virana, Irna. (2022). *Creative Accounting: Locus Of Control Dan Sensitivitas Etis Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan-Perusahaan Di Kota Makassar)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
- Wahidahwati & Asyik, Nur Fadrih. (2022). *Accounting, Corporate Governance & Business Ethics*. *Cogent Business & Management*. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2130165>

- Weiner, B. (2008). Reflections on the history of attribution theory and research: People, personalities, publications, problems. *Social Psychology*, 39(3), 151. <https://doi.org/10.1027/1864-9335.39.3.151>
- Yasin, L., Anggraini, D., & Wulandari, E. (2023, May). Pengaruh Pengetahuan Etika Profesi Akuntan Terhadap Persepsi Mahasiswa Mengenai Praktik Creative Accounting. In *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 2, pp. 691-698).