

ABSTRAK
PERSEPSI MAHASISWA AKUNTANSI DAN AKUNTAN TERHADAP
ETIKA BISNIS

Vicentia Tessa Novanti
NIM: 152114152
Universitas Sanata Dharma
2019

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji lebih lanjut persepsi mahasiswa akuntansi dan akuntan terhadap etika bisnis. Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa Akuntansi Universitas Sanata Dharma angkatan 2016 dan 2015 dan akuntan di KAP (Kantor Akuntan Publik) wilayah Yogyakarta.

Jenis penelitian ini adalah survei. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner. Teknis analisis data menggunakan uji hipotesis independent sampel *t-test* dengan bantuan program *SPSS versi 17.00 for windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 32 pertanyaan terdapat perbedaan persepsi antara mahasiswa akuntansi dan akuntan terhadap etika bisnis. Perbedaan persepsi antara mahasiswa akuntansi dan akuntan terhadap etika bisnis terbukti dari hasil uji hipotesis independent sampel *t-test* yaitu nilai t sebesar - 11,647 dengan signifikansi 0,000

Kata kunci: Etika Bisnis, Persepsi.

ABSTRACT

PERCEPTION OF ACCOUNTING STUDENTS AND ACCOUNTANTS ON BUSINESS ETHICS

Vicentia Tessa Novanti
NIM: 152114152
Sanata Dharma University
2019

The purpose of this study is to further examine the perceptions of accounting students and accountants for business ethics. The subjects of this study were Accounting Students of Sanata Dharma University batch 2016 and 2015 and accountants at the KAP (Public Accounting Office) in the Yogyakarta region.

The type of research is survey. Data were collected using questionnaires. Technical data analysis using independent hypothesis test sample t-test with the help of SPSS version 17.00 for Windows.

The results of this study indicate that out of 32 questions there are differences in perceptions between accounting students and accountants for business ethics. The difference in perception between accounting students and accountants towards business ethics is evident from the results of the independent sample t-test hypothesis test resulting the t value of -11,647 with a significance of 0,000

Keywords: Business Ethics, Perception.

