

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas, pengetahuan akuntansi syariah, dan media sosial terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam berkarir di lembaga keuangan syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Trunojoyo Madura. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu, sehingga diperoleh sebanyak 116 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif, uji kualitas data (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, serta uji regresi linier berganda dan uji hipotesis yang diolah menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi syariah dan media sosial berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam berkarir di lembaga keuangan syariah, sedangkan religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam berkarir di lembaga keuangan syariah.

Kata kunci: Religiusitas, Pengetahuan Akuntansi Syariah, Media Sosial, Minat Berkarir di Lembaga Keuangan Syariah

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of religiosity, knowledge of Islamic accounting, and social media on the interest of accounting students in pursuing a career in Islamic financial institutions. This research uses a quantitative approach with accounting students at Trunojoyo University Madura as the research objects. The data used in this study are primary data obtained through the distribution of questionnaires to respondents. The sampling method was carried out using purposive sampling with certain criteria, resulting in a total of 116 respondents. The data analysis methods used in this study include descriptive statistical analysis, data quality tests (validity and reliability tests), classical assumption tests, as well as multiple linear regression tests and hypothesis testing processed using SPSS. The results of this study indicate that knowledge of Islamic accounting and social media positively influence accounting students' interest in pursuing a career in Islamic financial institutions, whereas religiosity does not affect accounting students' interest in pursuing a career in Islamic financial institutions.

Keywords: Religiosity, Islamic Accounting Knowledge, Social Media, Career Interest in Islamic Financial Institutions