

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang digunakan

3.1.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:2) definisi metode penelitian adalah :

“Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.”

Dengan metode penelitian, penulis bermaksud mengumpulkan data dan mengamati secara seksama mengenai aspek-aspek tertentu yang berkaitan erat dengan masalah yang diteliti sehingga akan diperoleh data yang menunjang penyusunan laporan penelitian.

Metode penelitian dirancang melalui langkah-langkah penelitian dimulai dari operasionalisasi variabel, penentuan jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan diakhiri dengan merancang analisis data dan pengujian hipotesis. Dalam melakukan penyusunan skripsi ini metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif.

Menurut Moh. Nazir (2011:54) metode penelitian deskriptif adalah sebagai berikut :

“Suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari metode deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.”

Penerapan metode deskriptif dalam penelitian adalah Intensitas Persaingan Pasar, Kinerja Perusahaan dan Informasi Sistem Akuntansi Manajemen. Sedangkan metode verifikatif menurut Moch. Nazir (2011:91) adalah sebagai berikut:

“Metode verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel melalui suatu pengujian hipotesis melalui suatu perhitungan statistik sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima.”

Tujuan dari penelitian deskriptif verifikatif adalah untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul dimasyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Kemudian mengangkat ke permukaan karakter atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun variabel tersebut dan melihat Pengaruh Intensitas persaingan Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan dengan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen sebagai Pemoderisasi.

3.1.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan tujuan tertentu mengenai suatu hal yang akan dibuktikan secara objektif.

Menurut Sugiyono (2012: 13) objek penelitian adalah:

“Sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid, dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu)”

Dalam penelitian ini, lingkup objek penelitian yang ditetapkan penulis sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti adalah Intensitas Persaingan Pasar Kinerja Perusahaan dan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen. (Studi pada BUMN PT. POS Bandung tahun 2017)

3.1.3 Model Penelitian

Model penelitian ini merupakan abstraksi dari fenomena-fenomena yang sedang diteliti. Dalam hal ini sesuai dengan judul skripsi yang penulis kemukakan yaitu: “Pengaruh Intensitas persaingan pasar terhadap terhadap Kinerja Perusahaan dengan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen sebagai Pemoderasi” maka untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen, dependen dan moderating penulis memberikan model penelitian yang dinyatakan sebagai berikut:

Gambar 3.1 Model Penelitian

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.2.1 Definisi Variabel dan Pengukurannya

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data.

Menurut Sugiyono (2016:38) definisi variabel penelitian adalah :

“Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.”

Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu Pengaruh Intensitas Persaingan Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan dengan Informasi Sistem Akuntansi Manajemen sebagai Pemoderasi, maka penulis mengelompokkan variabel-variabel dalam judul tersebut dalam tiga variabel yaitu :

1. Variabel Bebas (*Independent variable*)
2. Variabel Terikat (*Dependent variable*)
3. Variabel Moderasi / *Moderat Variable*

Berikut ini merupakan penjelasan dari variabel diatas:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut (Sugiyono, 2016:39) bahwa :

“Variabel bebas (X) variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Variabel independen atau bebas”.

Variabel independen pada penelitian ini adalah Intensitas Persaingan Pasar.

Menurut Gul (1991) dalam Hario Widodo (2012) menyatakan bahwa :

“Intensitas Persaingan Pasar merupakan salah satu faktor ketidak pastian lingkungan. Semakin intensif kompetisi pasar, organisasi akan meningkatkan deferensiasi produk, penurunan siklus hidup produk , memperkenalkan saluran baru, menghadapi peningkatan sensitivitas pasar, serta meningkatkan target produk. Perubahan tersebut menciptakan tantangan kompetitif sehingga unit bisnis akan mengadopsi strategi termasuk diferensiasi produk, pelayanan dan harga.”

Adapun dimensi yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini yaitu sebagai berikut:

1. deferensiasi produk,
2. penurunan siklus hidup produk
3. memperkenalkan saluran baru
4. menghadapi peningkatan sensitivitas pasar
5. meningkatkan target produk

2. Variabel Terikat (*Dependent variable*)

Menurut Sugiyono (2016:39) definisi variabel terikat adalah :

“Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.”

Variabel dependen atau terikat dalam penelitian ini adalah Kinerja Perusahaan. Menurut Wahyudin Zarkasyi (2008:48) menyatakan kinerja perusahaan adalah sebagai berikut :

“Sesuatu yang dihasilkan oleh organisasi dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dengan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati”.

Adapun dimensi yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini menurut Anwar Prabu Mangkunegara (2012:47) untuk melakukan evaluasi kinerja manajemen perusahaan yang penilaiannya ditinjau dari empat perspektif yaitu :

- (1) “Perspektif Keuangan
- (2) Perspektif pelanggan
- (3) Perspektif Proses Bisnis Internal
- (4) Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan.”

3. Variabel Pemoderasi

Menurut Sugiyono (2015:39) variabel Pemoderasi yaitu:

“Variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Variabel ini juga disebut dengan variabel independen kedua. Dalam penelitian ini adalah Informasi Sistem Akuntansi Manajemen.”

Dalam penelitian ini variabel Pemoderasi yang di teliti adalah Sistem Informasi Akuntansi Manajemen.

Baldric Siregar, Bambang Suripto, et al (2013:05), mendefinisikan sistem informasi akuntansi manajemen adalah:

“sistem informasi yang mentransformasi *input* dengan menggunakan proses untuk menghasilkan *output* yang dibutuhkan untuk mendukung pengambilan keputusan.”

Adapun dimensi yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini menurut Menurut Chenhall dan Morris (1986) menggunakan karakteristik informasi akuntansi manajemen dimana informasi yang paling bermanfaat menurut persepsi manajer adalah informasi yang memiliki karakter, yaitu :

- “1. Informasi *Broad Scope*
2. Informasi *Aggregation*
3. Informasi *Intergration*”
4. Informasi *Timelines*

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari

masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel
Variabel Independen: Intensitas Persaingan Pasar (X)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala	Item
Intensitas Persaingan Pasar (X)	<p>“Intensitas Persaingan Pasar merupakan salah satu faktor ketidakpastian lingkungan. Semakin intensif kompetisi pasar, organisasi akan meningkatkan diferensiasi produk, penurunan siklus hidup produk, memperkanalkan saluran baru, menghadapi peningkatan sensitivitas pasar, serta meningkatkan target produk. Perubahan tersebut menciptakan tantangan kompetitif sehingga unit bisnis akan mengadopsi strategi termasuk diferensiasi produk, pelayanan dan harga.”</p> <p>Menurut Gul (1991) dalam Hario Widodo (2012)</p>	a. diferensiasi produk,	ordinal	1-2
		b. penurunan siklus hidup produk	ordinal	3-4
		c. memperkanalkan saluran baru	ordinal	5-6

	d. menghadapi peningkatan sensitivitas pasar	ordinal	7-8
	e. meningkatkan target produk	ordinal	9-10
Sumber : Ismail (2012:24)			

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Dependen
Kinerja Perusahaan (Y)

Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Skala	Item
Kinerja Perusahaan (Y)	Kinerja perusahaan adalah sesuatu yang dihasilkan oleh organisasi dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang	Pengukuran kinerja perusahaan dapat diukur dengan <i>Balanced Scorecard</i> yang mempunyai empat perspektif yaitu :			
		Perspektif Keuangan	- Tahap growth (pertumbuhan)	Ordinal	1-2
			- Tahap sustain (bertahan)	Ordinal	3-4
			- Tahap harvest	Ordinal	5

<p>dapat diukur dengan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati.</p> <p>Sumber : Wahyudin Zarkasyi (2008:48)</p>		(memanen)		
	Perspektif pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Customer Core Measurement</i> - <i>Market Share</i> - <i>Customer Retention</i> - <i>Customer Acquisition</i> - <i>Customer Value Proposition</i> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Product/Services/Atributes</i> - <i>Customer Relationship</i> - <i>Image and Reputation</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Ordinal 6-7 Ordinal 8 Ordinal 9-10 Ordinal 11-12 Ordinal 13-15 Ordinal 16 	
	Perspektif Proses Bisnis Internal	<ul style="list-style-type: none"> - Proses inovasi - Proses operasi - Proses pelayanan purna jual 	<ul style="list-style-type: none"> Ordinal 17-18 Ordinal 19-20 Ordinal 21-22 	
	Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan	<ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan pekerja - Kemampuan sistem informasi - Motivasi, pemberdayaan dan keselarasan 	<ul style="list-style-type: none"> Ordinal 23-24 Ordinal 25 Ordinal 26-27 	
	Sumber: Anwar Prabu Mangkunegara (2012:47)			

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel
Variabel Moderating: Sistem Informasi Akuntansi Manajemen (Z)

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
----------	-------------------	---------	-----------	-------	------

Penggunaan Informasi Sistem Akuntansi Manajemen (Z)	Sistem akuntansi manajemen dapat dipandang sebagai suatu sistem yang mengolah masukan berupa data operasi dan data keuangan untuk menghasilkan keluaran berupa informasi akuntansi yang dibutuhkan oleh pemakai” (Mulyadi 2001:1)	Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen a. <i>Broadscope</i>	a. Lingkup informasi yang luas b. Lengkap meliputi aspek ekonomi dan aspek non-ekonomi	ordinal	1-3
		b. Agregation	Informasi ringkas, tetapi tetap mencakup hal-hal penting	ordinal	4-9
		c. Intergration	Informasi yang terintegrasi	Ordinal	10-12
		d. Timelines	Frekuensi Pelaporan	Ordinal	13-15
		Sumber : Mulyadi (2001:20)			

Indikator-indikator tersebut selanjutnya akan diuraikan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan dengan ukuran tertentu yang telah ditetapkan pada alternatif jawaban dalam kuesioner.

Sugiyono (2015:93) mengemukakan bahwa:

“Macam-macam skala pengukuran dapat berupa: skala nominal, skala ordinal, skala interval, dan skala rasio, dari skala pengukuran itu akan diperoleh data nominal, ordinal, interval dan ratio.”

Penelitian ini menggunakan ukuran ordinal. Menurut Moh. Nazir (2011:130) ukuran ordinal adalah:

“Angka yang diberikan dimana angka-angka tersebut mengandung pengertian tingkatan.”

Dalam operasional variabel ini untuk setiap variabel yaitu variabel bebas, variabel terikat dan variabel moderasi akan diukur oleh suatu instrumen penelitian dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Sugiyono (2015:93) menjelaskan bahwa:

“Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.”

Dari setiap jawaban akan diberi skor, dimana hasil skor akan menghasilkan skala pengukuran ordinal. Untuk variabel X (Intensitas Persaingan Pasar), variabel Y (Kinerja Perusahaan) dan variabel Z (Informasi Sistem Akuntansi Manajemen).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80) definisi populasi adalah sebagai berikut :

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Populasi dalam penelitian ini adalah manager dan asisten manager yang menggunakan informasi sistem akuntansi manajemen yang terdapat di BUMN bidang layanan pos di Kota Bandung.

Tabel 3.4
Tabel Populasi

No.	Deskripsi Bagian	Jumlah
1.	Bagian Keuangan	12
2.	Bagian Teknologi Informasi	13
3.	Bagian Akuntansi Manajemen	5
Total Populasi		30

3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016:81) bahwa :

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representatif (mewakili)”.

Pada dasarnya ukuran sampel merupakan langkah untuk menentukan besarnya jumlah sampel yang akan diambil untuk melaksanakan penelitian suatu obyek, kemudian besarnya sampel tersebut biasanya diukur secara statistika ataupun estimasi penelitian. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian.

Selain itu juga diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus representatif, artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

Adapun sampel yang dipilih dalam penelitian yaitu manajer dan asisten manajer yang terdapat dalam bagian-bagian yang ada di perusahaan pada BUMN bidang layanan pos di Kota Bandung.

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2013:3). Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. Data Primer yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan penulis adalah sumber data primer. Data primer tersebut diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner dan wawancara yang dilakukan kepada perusahaan pada BUMN bidang layanan pos di Kota Bandung yang beralamat di Jalan Cilaki No.7 Bandung.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Riduwan (2012:69) pengertian teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut:

“Teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh penelitian untuk mengumpulkan data. Metode (cara atau teknik) menunjukkan suatu kata yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda, tetapi hanya dapat dilihat penggunaan melalui: angket, wawancara, pengamatan, ujian (test), dokumentasi dan lainnya”

Adapun cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang mendukung penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data menggunakan kuisisioner yaitu dengan mengajukan atau membuat daftar pertanyaan-pertanyaan yang logis berhubungan dengan masalah penelitian yaitu mengenai Intensitas Persaingan Pasar, Kinerja Perusahaan dan Informasi Sistem Akuntansi Manajemen.

3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.5.1 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015:244) menyatakan bahwa :

“Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menstabilisasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.”

Dalam penelitian ini, data variabel berasal dari perusahaan pada perusahaan BUMN di Kota Bandung yaitu PT. POS

Dalam melakukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya akan digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Untuk menganalisis data dalam penelitian ini dibantu program IBM SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) versi 23.

Menurut Sugiyono (2016:147) yang dimaksud teknik analisis data adalah:

“Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah : mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan”.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Metode analisis deskriptif menurut Sugiyono (2009: 29) merupakan:

“Metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya kemudian data-data tersebut disusun, diolah dan dianalisis untuk dapat memberikan gambaran mengenai masalah yang ada.

Metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk mendapatkan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan mengenai indikator-indikator dalam variabel yang ada pada penelitian.

Dalam metode analisis data ini penulis mengambil analisis deskriptif yaitu analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul

sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Dalam kegiatan menganalisis data langkah-langkah yang penulis lakukan sebagai berikut:

1. Menyusun pertanyaan atau kuesioner.
2. Daftar kuesioner kemudian disebar ke bagian-bagian yang telah ditetapkan. Setiap item dari masing-masing indikator akan dijabarkan dalam sebuah daftar pertanyaan (kuesioner) yang kemudian kuesioner ini dibagikan kepada bagian yang bersangkutan dengan masalah yang diuji, dimana masing-masing indikator memiliki lima jawaban dengan masing-masing nilai berbeda, tiap jawaban akan diberi skor, dimana hasil skor menghasilkan skala pengukuran ordinal. Tiap jawaban dibutuhkan skor satu sampai dengan lima.
3. Apabila data telah terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data, disajikan dan dianalisis. Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji statistik. Untuk menilai variabel X, Y, Z, maka analisis yang digunakan berdasarkan rata-rata dari masing-masing variabel. Nilai rata-rata ini didapat dengan menjumlahkan data keseluruhan dalam setiap variabel, kemudian dibagi dengan jumlah respon.

Untuk menilai variabel X, Y, Z, maka analisis yang digunakan berdasarkan rata-rata (*mean*) dari masing-masing variabel. Nilai rata-rata (*mean*) ini diperoleh dengan menjumlahkan data keseluruhan dalam setiap variabel, kemudian dibagi

dengan jumlah responden. Rumus rata-rata (*mean*) yang terdapat dalam statistik untuk penelitian sebagai berikut :

Untuk Variabel X

Sumber: Moh. Nazir (2011:383)

Keterangan:

Me = Mean (Rata-rata)

Σ = Jumlah

X_i = Nilai X ke i sampai ke n

n = Jumlah responden

Persamaan rata-rata (*mean*) di atas merupakan teknik penjelasan kelompok didasarkan atas nilai rata-rata dari kelompok tersebut. Rata-rata ini didapat dengan menjumlahkan data seluruh individu dalam kelompok itu, kemudian dibagi dengan jumlah individu yang ada pada kelompok tersebut.

Setelah di dapat rata-rata dari masing-masing variabel kemudian dibandingkan dengan kriteria yang peneliti tentukan berdasarkan nilai terendah dan nilai tertinggi dari hasil kuesioner. Nilai terendah dan nilai tertinggi itu masing-masing peneliti ambil dari banyaknya pertanyaan dalam kuesioner dikalikan dengan nilai terendah (1) dan nilai tertinggi (5).

Nilai variabel X terdapat 10 (sepuluh) pertanyaan, nilai tertinggi dari variabel X adalah 50 (10×5), sedangkan nilai terendah dari variabel X adalah 10 (10×1). Nilai variabel Y terdapat 27 (dua puluh tujuh) pertanyaan, nilai tertinggi dari variabel Y adalah 135 (27×5), sedangkan nilai terendah dari variabel Y

adalah 27 (27×1). Untuk nilai dari variabel Z terdapat 15 (lima belas) pertanyaan, maka nilai tertinggi dari variabel Z adalah 75 (15×5), sedangkan nilai terendah dari variabel Z adalah 15 (15×1).

Berdasarkan nilai tertinggi dan terendah tersebut, maka dapat ditentukan rentang interval yaitu nilai tertinggi dikurangi nilai terendah dibagi jumlah kriteria. Menurut Sudjana (2005:47) menyatakan bahwa:

- a. Tentukan rentang, ialah data tersebar yang dikurangi data terkecil
- b. Tentukan banyak kelas interval yang diperlukan. Banyak kelas sering diambil paling sedikit 5 kelas dan paling banyak 15 kelas, dipilih menurut keperluan. Cara lain yang cukup bagus untuk n berukuran besar $n > 200$, misalnya dapat menggunakan aturan sturges, yaitu banyak kelas = $1 + (3,3) \log n$
- c. Tentukan panjang kelas interval p
- d. Pilih ujung bawah kelas interval pertama. Untuk ini bisa diambil sama dengan data terkecil atau nilai data yang lebih kecil dari data terkecil tetapi selisihnya harus kurang dari panjang kelas yang telah ditentukan. Dengan demikian maka akan dapat ditentukan panjang interval kelas masing-masing variabel adalah :

Tabel 3.5

Kriteria Penilaian

Tidak Baik	Batas bawah(nilai min)	<i>(range)</i>	Batas atas 1
Kurang Baik	(batas atas 1) + 0,01	<i>(range)</i>	Batas atas 2
Cukup Baik	(batas atas 2) + 0,01	<i>(range)</i>	Batas atas 3
Baik	(batas atas 3) + 0,01	<i>(range)</i>	Batas atas 4

Sangat Baik	$(\text{batas atas 4}) + 0,01$	(range)	Batas atas 5
-------------	--------------------------------	------------------	--------------

Keterangan :

Batasan atas 1 = Batas bawah (nilai min) + range

Batasan atas 2 = (Batasan atas 1 + 0,01) + range

Batasan atas 3 = (Batasan atas 2 + 0,01) + range

Batasan atas 4 = (Batasan atas 3 + 0,01) + range

Batasan atas 5 = (Batasan atas 4 + 0,01) + range = Nilai maksimal

Tahap-tahap yang dilakukan untuk menganalisis intensitas persaingan pasar, kinerja perusahaan, dan informasi sistem akuntansi manajemen.

- a. Tentukan rentang, ialah data tersebar yang dikurangi data terkecil
- b. Tentukan banyak kelas interval yang diperlukan. Banyak kelas sering diambil paling sedikit 5 kelas dan paling banyak 15 kelas, dipilih menurut keperluan. Cara lain yang cukup bagus untuk n berukuran besar $n > 200$, misalnya dapat menggunakan aturan sturges, yaitu banyak kelas = $1 + (3,3) \log n$
- c. Tentukan panjang kelas interval p
- d. Pilih ujung bawah kelas interval pertama. Untuk ini bisa diambil sama dengan data terkecil atau nilai data yang lebih kecil dari data terkecil tetapi selisihnya harus kurang dari panjang kelas yang telah ditentukan

Tabel 3.6

Kriteria Penilaian Intensitas Persaingan Pasar

Skala	Kategori Intensitas Persaingan Pasar
10-18	Tidak Baik
18-26	Kurang Baik
26-34	Cukup Baik
34-42	Baik
42-50	Sangat Baik

Sumber: Penulis, 2017

- e. Menarik kesimpulan dengan membandingkan mean dengan kriteria tersebut.
1. Analisis Data Kinerja Perusahaan
 - a. Menentukan tingkatan kinerja perusahaan
 - b. Menentukan ukuran kinerja perusahaan
 - c. Tentukan rentang, ialah data tersebar yang dikurangi data terkecil
 - d. Tentukan banyak kelas interval yang diperlukan. Banyak kelas sering diambil paling sedikit 5 kelas dan paling banyak 15 kelas, dipilih menurut keperluan. Cara lain yang cukup bagus untuk n berukuran besar $n > 200$, misalnya dapat menggunakan aturan sturges, yaitu banyak kelas = $1 + (3,3) \log n$
 - e. Tentukan panjang kelas interval p
 - f. Pilih ujung bawah kelas interval pertama. Untuk ini bisa diambil sama dengan data terkecil atau nilai data yang lebih kecil dari data terkecil tetapi selisihnya harus kurang dari panjang kelas yang telah ditentukan

Tabel 3.7

Kriteria Penilaian Kinerja Perusahaan

Skala	Kategori Kinerja Perusahaan
27-48.6	Tidak Memadai
48.7-70.3	Kurang Memadai
70.4-92	Cukup Memadai
92.1-113.7	Memadai
113.8-135	Sangat Memadai

Sumber: Penulis, 2017

g. Menarik kesimpulan dengan membandingkan mean dengan kriteria tersebut

2. Analisis Data Informasi Sistem Akuntansi Manajemen

a. Menentukan pengelolaan data

b. Menentukan pengambilan keputusan

c. Tentukan rentang, ialah data tersebar yang dikurangi data terkecil

d. Tentukan banyak kelas interval yang diperlukan. Banyak kelas sering diambil paling sedikit 5 kelas dan paling banyak 15 kelas, dipilih menurut keperluan. Cara lain yang cukup bagus untuk n berukuran besar $n > 200$, misalnya dapat menggunakan aturan sturges, yaitu banyak kelas = $1 + (3,3) \log n$

e. Tentukan panjang kelas interval p

f. Pilih ujung bawah kelas interval pertama. Untuk ini bisa diambil sama dengan data terkecil atau nilai data yang lebih kecil dari data terkecil tetapi selisihnya harus kurang dari panjang kelas yang telah ditentukan

Tabel 3.8

Kriteria Penilaian Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Skala	Kategori Sistem Informasi Akuntansi Manajemen
15-27	Tidak Baik
27-39	Kurang Baik
39-51	Cukup Baik
51-63	Baik
63-75	Sangat Baik

Sumber: Penulis, 2017

- g. Menarik kesimpulan dengan membandingkan mean dengan kriteria tersebut

3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

3.5.2.1 Pengujian Validitas Instrumen

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

Menurut Sugiyono (2015:121) menyatakan bahwa :

“Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Untuk menguji validitas pada tiap-tiap item, yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Koefisien korelasi yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan standar validasi yang berlaku. Menurut Sugiyono (2015:183):

- a. Jika $\geq 0,30$, maka item instrumen dinyatakan valid
- b. Jika $\leq 0,30$, maka item instrumen dinyatakan tidak valid

Uji validitas instrument dapat menggunakan rumus korelasi. Rumus korelasi berdasarkan *Pearson Product Moment* adalah sebagai berikut:

Sumber: Sugiyono (2015:183)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

Σxyz = Jumlah perkalian variabel x y dan z

Σx	= Jumlah nilai variabel x
Σy	= Jumlah nilai variabel y
Σz	= Jumlah nilai variabel z
Σx^2	= Jumlah pangkat dua nilai variabel x
Σy^2	= Jumlah pangkat dua nilai variabel y
Σz^2	= Jumlah pangkat dua nilai variabel z
n	= Banyaknya sampel

3.5.2.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability*, pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (*reliable*). Meskipun reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keterhandalan, keajegan, kestabilan, konsistensi, dan sebagainya namun ide pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini penulis menggunakan *cronbach's alpha* yang penulis kutip dari Eti Rochaety (2007:54). Pemberian interpretasi terhadap reliabilitas variabel dapat dikatakan reliabel jika koefisien variabelnya lebih dari 0,6 yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right)$$

Keterangan:

k
= Jumlah soal atau pertanyaan

$$\sigma_i^2$$

= Variansi setiap pertanyaan

$$\sigma_x^2$$

= Variansi total tes

$$\sum \sigma_i^2$$

= Jumlah seluruh variansi setiap soal atau pertanyaan

Untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi, maka penulis menggunakan

pedoman yang mengacu pada Sugiyono (2015:184) sebagai berikut:

Tabel 3.9

Interpretasi Koefisien Korelasi

Besarnya Pengaruh	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

3.5.3 Analisis Asosiatif

3.5.3.1 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari perusahaan yang terkontrol, maupun dari observasi tidak terkontrol. Pengujian hipotesis ini dimaksudkan untuk mengetahui kebenaran dan relevansi antara variabel independen yang diusulkan terhadap variabel dependen serta untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:93) hipotesis adalah:

“Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat

pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori-teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”.

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 95% (α 0,05), karena pada umumnya penelitian sosial menggunakan tingkat signifikansi 5%. Tingkat signifikansi 0,05, artinya kemungkinan besar dari hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kesalahan adalah 5%.

1. Pengujian Secara Parsial

Uji persial dimaksudkan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas (independen) secara persial berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Sesuai dengan hipotesis penelitian yang diajukan, maka hipotesis statistik untuk pengujian secara persial dapat dirumuskan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = 0$ Intensitas Persaingan Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan

$H_a : \beta_1 \neq 0$ Intensitas Persaingan Pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan

$H_0 : \beta_2 = 0$ Terdapat pengaruh intensitas persaingan pasar terhadap Kinerja Perusahaan yang dimoderasi oleh Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

$H_a : \beta_2 \neq 0$ intensitas persaingan pasar tidak berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan yang dimoderasi oleh Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Hipotesis nol (H_0) merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa variabel-variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan berpengaruh atau tidaknya variabel-variabel independen yaitu Intensitas Persaingan Pasar terhadap variabel dependen yaitu Kinerja Perusahaan dan dimoderasi oleh Sistem Informasi Akuntansi Manajemen.

3.5.3.2 Transformasi Data Ordinal Menjadi Data Interval

Mentransformasikan data dari ordinal ke interval gunanya untuk memenuhi sebagian dari syarat analisis parametrik yang mana data setidaknya tidaknya berskala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method of Succesive Interval*) adalah sebagai berikut :

- a) Menentukan frekuensi setiap responden yaitu banyaknya responden yang memberikan respon untuk masing-masing kategori yang ada.
- b) Menentukan nilai proporsi setiap responden yaitu dengan membagi setiap bilangan pada frekuensi, dengan banyaknya responden keseluruhan.
- c) Jumlahkan proporsi secara keseluruhan (setiap responden), sehingga diperoleh proporsi kumulatif.
- d) Tentukan nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif.

e) Menghitung *Scala Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan

rumus :

$$SV = \frac{(\text{densitas pada batas bawah} - \text{densitas pada batas atas})}{(\text{area di bawah batas atas} - \text{area di bawah batas bawah})}$$

f) Mengubah *Scala Value* (SV) terkecil menjadi sama dengan satu (=1)

dan mentransformasikan masing-masing skala menurut perubahan skala

terkecil sehingga diperoleh *Transformed Scaled Value*, dengan rumus :

3.5.3.3 Uji t-Tabel

Uji hipotesis penelitian dilakukan dengan uji signifikansi *non-parameter* (uji statistik t) untuk mengetahui peranan variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (parsial). Peranan variabel independen terhadap variabel dependen diuji dengan uji-t satu, taraf kepercayaan 95%, kriteria pengambilan keputusan untuk melakukan penerimaan atau penolakan setiap hipotesis adalah dengan cara melihat signifikansi harga t_{hitung} setiap variabel independen atau membandingkan nilai t hitung dengan nilai yang ada pada t_{tabel} , maka H_a diterima dan sebaiknya t_{hitung} tidak signifikan dan berada dibawah t_{tabel} , maka H_a ditolak.

Adapun langkah-langkah dalam melakukan uji statistik t adalah sebagai berikut:

1. Menentukan model keputusan dengan menggunakan statistik uji t, dengan melihat asumsi sebagai berikut:

- Interval keyakinan $\alpha = 0,05$
- Derajat kebebasan = $n-k-1$
- Kaidah keputusan: Tolak H_0 (terima H_a), jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Terima H_0 (tolak H_a), jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

Bila H_0 diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan. Sedangkan penolakan H_0 menunjukkan pengaruh yang signifikan dari variabel independen secara parsial terhadap suatu variabel dependen.

2. Menemukan t_{hitung} dengan menggunakan statistik uji t, dengan rumus statistik:

Keterangan:

r = koefisien korelasi

t = nilai koefisien korelasi dengan derajat bebas (dk) = $n-k-1$

n = jumlah sampel

3. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

Agar lebih memudahkan peneliti dalam melakukan pengolahan data, serta agar pengukuran data yang dihasilkan lebih akurat maka peneliti menggunakan bantuan program *SPSS for Statistic Version 24*.

3.5.3.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memenuhi syarat analisis regresi linier, yaitu penaksir tidak bias dan terbaik atau sering disingkat BLUE (Best Linier Unbias Estimate). Ada beberapa asumsi yang harus terpenuhi agar kesimpulan dari hasil pengujian tidak bias, diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinieritas (untuk regresi linier berganda) dan uji heteroskedastisitas.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian setara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test Normality Kolmogorov-Smirnov dalam program SPSS.

Menurut Ghozali (2011:160) mengemukakan bahwa :

“Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal.”

Menurut Singgih Santoso (2012:393) dasar pengambilan keputusan dapat

dilakukan dengan melihat angka probabilitasnya, yaitu:

- Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

b) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011:105) mengemukakan bahwa :

“Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel

independen (bebas). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortHogonal. Variabel ortHogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.”

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat pada besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai angka *tolerance* mendekati 1, batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas (Gujarati, 2012:432).

Menurut Singgih Santoso (2012:236) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{Tolerance}$$

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterodastisitas. Persamaan regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heterodastisitas.

Untuk menguji heteroskedastisitas salah satunya dengan melihat penyebaran dari varians pada grafik *scatterplot* pada output SPSS. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.

- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka nol, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas juga bisa menggunakan uji *rank-Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual hasil regresi. Jika nilai koefisien korelasi antara variabel independen dengan nilai absolut dari residual signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varians dari residual tidak Homogen), (Ghozali, 2011:139).

d) Uji Autokorelasi

Didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan kebijakan waktu dalam model regresi atau dengan kata lain error dari observasi tahun berjalan dipengaruhi oleh error dari observasi tahun sebelumnya. Pada pengujian autokorelasi digunakan uji *Durbin-Watson*. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi pada model regresi dan berikut nilai *Durbin-Watson* yang diperoleh melalui hasil estimasi model regresi.

Untuk mengetahui apakah pada model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan *DW (Durbin Watson)*. Menurut Singgih Santoso (2001) kriteria autokorelasi ada 3, yaitu:

- a. Nilai D-W di bawah -2 berarti diindikasikan ada autokorelasi positif.

- b. Nilai D-W di antara -2 sampai 2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi.
- c. Nilai D-W di atas 2 berarti diindikasikan ada autokorelasi negatif.

3.5.3.5 Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk menguji sifat hubungan sebab-akibat antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang diformulasikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

Untuk nilai konstanta a dan b dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \quad \quad \quad b =$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

X = Variabel Independen

a = Harga Y ketika X = 0 (harga konstan)

b = Koefisien regresi

3.5.3.6 Analisis Regresi Moderasi (*Moderate Regretion Analysis*)

Menurut Ghozali (2013:229) *moderated regression analysis* (MRA) adalah pendekatan analitik yang mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderator. *Moderated regression analysis* dinyatakan dalam bentuk model persamaan sebagai berikut :

Keterangan :

Y : Variabel dependen

a : Konstanta

X : Variabel independen

b_1, b_2, b_3 : Koefisien regresi dari masing-masing variabel independen dan variabel moderasi

e : Variabel pengaruh lain

Persamaan di atas memperlihatkan bagaimana perubahan variabel Y sebagai akibat adanya perubahan variabel X dan Z , tetapi hal ini tidak menjamin adanya hubungan antara kedua variabel tersebut. Setelah mendapatkan persamaan regresi dari tahap analisis moderasi maka selanjutnya dilakukan pengujian korelasi dan koefisien determinasi atau *goodness of fit*.

3.5.3.7 Analisis Korelasi

Untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dihitung dengan koefisien korelasi. Jenis korelasi hanya bisa digunakan pada hubungan variabel garis lurus (linier) adalah korelasi *Pearson Product Moment* (r) adalah sebagai berikut:

Keterangan:

= Koefisien korelasi

X = Variabel independen

Y = Variabel dependen

n = Banyaknya sampel

Kolerasi PPM (*Pearson Product Moment*) dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila nilai $r = -1$ artinya kolerasi negatif sempurna; $r = 0$ artinya tidak ada kolerasi; dan $r = 1$ berarti kolerasi sangat kuat. Arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut:

Tabel 3.10

Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014:250)

3.5.3.8 Analisis Determinasi (R^2)

Setelah korelasi dihitung dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam

penggunaannya, koefisien determinasi menurut Wiratma Sujarweni (2012:188) ini dinyatakan dalam rumus persentase (%) dengan rumus sebagai berikut:

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

3.6 Penarikan Kesimpulan

Dari hipotesis-hipotesis yang telah diperoleh, dapat ditarik kesimpulan apakah variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen baik dengan variabel moderasi maupun tidak yang terjadi baik secara parsial maupun simultan. Hal ini ditunjukkan dengan penolakan hipotesis (H_0) atau penerimaan hipotesis alternatif (H_a).