

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, karena adanya variabel-variabel yang akan diteliti hubungannya serta tujuannya untuk menyajikan gambaran secara terstruktur, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diteliti.

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan deskriptif Juliansyah Noor (2011: 34) menjelaskan:

“Penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung”.

Metode deskriptif dalam penelitian ini memberikan gambaran mengenai objek penelitian dengan mengangkat fakta-fakta yang ada, dalam hal ini yaitu untuk menggambarkan unsur-unsur dari variabel-variabel yang diteliti.

Sedangkan menurut Moch. Nazir (2011:91) pengertian metode verifikatif sebagai berikut:

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

3.2 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)”.

Objek penelitian yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah *customization strategy*, kinerja perusahaan, dan kualitas sistem informasi akuntansi manajemen.

3.3 Unit Analisis dan Unit Observasi

3.3.1 Unit Analisis

Menurut Uma Sekaran (2006:248) unit analisis adalah tingkat pengumpulan data yang dikumpulkan selama analisis data. Maka unit analisis adalah tempat dimana peneliti mengumpulkan data dan data tersebut dapat digunakan untuk penelitian. Dalam penelitian ini unit analisisnya adalah perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang industri elektronik atau alat-alat listrik dan dibidang industri garment atau textile di Kota Bandung.

3.3.2 Unit Observasi

Menurut Khusnul Khotimah (2013) unit observasi adalah sesuatu yang dijadikan sumber untuk memperoleh data dalam rangka menggambarkan atau menjelaskan tentang satuan analisis. Dalam penelitian ini unit observasinya adalah supervisor atau manajer produksi atau manajemen akunting yang diberi wewenang

sebagai divisi yang memanfaatkan sistem informasi akuntansi manajemen pada perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang industri elektronik atau alat-alat listrik dan dibidang industri garment atau textile di Kota Bandung.

3.4 Definisi Variabel dan Pengukurannya

Pengertian variabel menurut Sugiyono (2014:3) adalah: “suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang atau objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan terdiri atas tiga macam variabel, yaitu variabel independen, variabel intervening dan variabel dependen.

3.4.1 Variabel Independen

Sugiyono (2013:4) mendefinisikan variabel independen adalah: “sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”.

Dalam Penelitian ini variabel independen (X) yang diteliti adalah: *Customization Strategy*

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan definisi *Customization Strategy* yang dikemukakan oleh Gilmore dan Pine, (1997) “strategi yang merespon permintaan customer untuk meningkatkan variasi produk lebih istimewa dan kualitas produk terbaik”.

Adapun dimensi yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini adalah dimensi *Customization Strategy* menurut Menurut Bouwens (1998) yaitu:

- “1. Ekonomis dan Tepat waktu.
2. Jenis produk yang dihasilkan bervariasi.
3. Produk yang yang dihasilkan fleksibel”.

3.4.2 Variabel Intervening

Menurut Sugiyono (2013:4) variabel intervening adalah: “variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen”.

Dalam Penelitian ini variabel intervening (Z) yang diteliti adalah kualitas sistem informasi akuntansi manajemen.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan definisi kualitas sistem informasi akuntansi manajemen yang disampaikan Menurut Marcus Heidman (2008:42), sistem informasi akuntansi manajemen adalah: “sistem formal yang memberikan informasi dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal untuk manajer”.

Adapun dimensi yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini adalah kualitas sistem informasi akuntansi menurut Marcus Heidmann (2008: 87) yaitu:

- “1. Integrasi.
2. Fleksibilitas.
3. Aksesibilitas.
4. Formalisasi.
5. Kekayaan Media”.

3.4.3 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2013:4) variabel dependen adalah: “sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Dalam penelitian ini variabel terikat (Y) yang diteliti adalah kinerja perusahaan, penulis menggunakan definisi kinerja perusahaan yang disampaikan oleh Wahyudin Zarkasyi (2008:48) Edwin Setiawan kinerja perusahaan adalah:

“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 adalah dimensi kinerja perusahaan menurut Kaplan dan Norton (1996:16-17), yaitu:

- “1. Perspektif Keuangan.
2. Perspektif Pelanggan.
3. Perspektif Proses Bisnis Internal.
4. Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan”.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan konsep, dimensi, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar. Untuk keperluan pengujian, variabel dalam penelitian perlu dijabarkan ke dalam indikator-indikator variabel yang bersangkutan agar dapat diukur dan dianalisa sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel
Variabel Independen: Customization Strategy (X)

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran	Item
Customization Strategy (X)	(Gilmore dan Pine, 1997; Kotha, 1995 dalam Nizarudin, 2006) Customization strategy adalah: “strategi yang merespon permintaan customer untuk meningkatkan variasi produk lebih istimewa dan kualitas produk terbaik”.	1. Ekonomis dan Tepat waktu	1. Banyaknya harga produk yang terjangkau untuk konsumen. 2. Banyaknya produk yang diselesaikan tepat waktu	Ordinal	1-2
				Ordinal	3
		2. Jenis produk yang dihasilkan bervariasi	1. Seberapa banyak spesifikasi produk yang dihasilkan perusahaan berbeda-beda. 2. Seberapa banyak desain produk yang dihasilkan perusahaan berbeda-beda.	Ordinal	4
				Ordinal	5
		3. Produk yang dihasilkan fleksibel	1. Seberapa banyak produk yang dihasilkan bisa dikembangkan lagi. 2. Cepat untuk merespon produk pesanan pelanggan.	Ordinal	6-7
				Ordinal	8
		Menurut: Bouwens (1998) dalam Indriyana Widyastuti (2007)	Menurut: Bouwens (1998) dalam Indriyana Widyastuti (2007)		

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel
Variabel Dependen: Kinerja Perusahaan (Y)

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran	Item
Kinerja Perusahaan (Y)	Menurut Wahyudin Zarkasyi (2008:48) dalam Edwin Setiawan (2014) kinerja perusahaan adalah: “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”.	1. Perspektif Keuangan	1. Seberapa banyak penurunan biaya. 2. Seberapa banyak peningkatan laba perusahaan.	Ordinal	1
		2. Perspektif Pelanggan	1. Seberapa besar loyalitas pelanggan terhadap pelayanan. 2. Seberapa besar loyalitas pelanggan terhadap pelayanan kualitas produk.	Ordinal	2-3
				Ordinal	4
		3. Perspektif Proses Bisnis Internal	1. Seberapa besar efektifitas dan ketepatan waktu. 2. Meningkatnya produktifitas perusahaan.	Ordinal	5-6
				Ordinal	7-8
		4. Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan	1. Meningkatnya Produktifitas karyawan. 2. Meningkatnya kepuasan karyawan.	Ordinal	9-10
				Ordinal	11
		Menurut : Kaplan dan Norton dalam Sri Rahayu (1996:16-17)	Menurut : Kaplan dan Norton dalam Sri Rahayu (1996:16-17)		12

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel

Variabel Intervrening: Kualitas Sistem Informasi Akutansi Manajemen (Z)

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran	Item
Sistem Informasi Akutansi Manajemen (Z)	Menurut Marcus Heidman (2008:42) “kualitas sistem informasi akuntansi manajemen adalah: sistem informasi formal yang memberikan informasi dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal untuk manajer dengan memiliki karakteristik integrasi, fleksibelitas, aksesibilitas, formalisasi, dan kekayaan media”.	1. Integrasi	1. Antar bagian dapat saling terhubung satu sama lain.	Ordinal	1
			2. Antar sub sistem di area fungsional yang berbeda dapat saling terhubung.	Ordinal	2
		2. Fleksibilitas	1. Seberapa banyak informasi yang dihasilkan dapat diterima oleh siapapun dengan optimal.	Ordinal	3
			2. Seberapa banyak informasi mudah untuk beradaptasi dengan berbagai kebutuhan.	Ordinal	4
		3. Aksesibilitas	1. Seberapa banyak informasi yang dikandungnya dapat diakses dengan mudah.	Ordinal	5
			2. Seberapa banyak Informasi yang diterima tepat waktu.	Ordinal	6-7

		4. Formalisas	1. Seberapa besar tingginya standarisasi informasi yang dihasilkan.	Ordinal	8
			2. Seberapa banyak sistem informasi yang terstruktur.	Ordinal	9-10
		5. Kekayaan Media	1. Seberapa banyak umpan balik informasi yang dihasilkan sangat cepat.	Ordinal	11
			2. Seberapa banyak berkurangnya ketidakpastian informasi yang dihasilkan.	Ordinal	12
		Menurut Samiaji Sarosa, S.E., M•Info, Sys., Ph.D. (2007) dalam Asri Rahmayanti (2015)	Menurut Samiaji Sarosa, S.E., M•Info, Sys., Ph.D. (2007) dalam Asri Rahmayanti (2015)		

3.6 Populasi Penelitian

Sugiyono (2013:119) mendefinisikan 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 105 perusahaan manufaktur di Kota Bandung.

<http://kemenperin-informasi-daftar-daftar-perusahaan-manufaktur-dibandung.html>

Tabel 3.4**Daftar 105 Perusahaan Manufaktur**

NO	NAMA PERUSAHAAN	NO	NAMA PERUSAHAAN
1	PT. Abadi Garment	54	PT. Forbo Siegling Indonesia
2	PT. Adetex	55	PT. Gani Manufaktur
3	PT. Agansa Primatama	56	PT. Gisel Moulding Engineering
4	PT. Agronesia Divisi Industri	57	PT. Gistex Head Office
5	PT. Agratex	58	PT. Gracia Pharmindo
6	PT. Agung Manufaktur Desaindo	59	PT. Gradient
7	PT. Ahmad Suryana	60	PT. Grand Farmasindo Engineering
8	PT. Alkindo	61	PT. Grand Textile Industry
9	PT. Arianto Darmawan	62	PT. Hamim Semesta Manufaktur
10	PT. Asia Pacific Fibers	63	PT. Hariff Daya Tunggal Engineering
11	PT. Ateja Multi Industri	64	PT. Duta Tunggal Engineering
12	PT. Bandung Sakura Textile Mills	65	PT. Harnes
13	PT. Bentoel Prima	66	PT. Hartadinata Abadi
14	PT. Bio Farma	67	PT. Hutan Karet Rubber Manufaktur
15	PT. Bitratex Industries	68	PT. Ifatama
16	PT. Braga Carex Indo	69	PT. Indo Everest Texindo
17	PT. Bushing Bronze Indonesia	70	PT. Indotest Multi Laboratama
18	PT. Cahaya Benteng Mas	71	PT. Intech Manufaktur
19	PT. Caprifarmindo Laboratories	72	PT. INTI
20	PT. Cendo Pharmaceutical Industries	73	PT. ISAM
21	PT. Central Texindo	74	PT. Jabil Circuit Indonesia
22	PT. Daliatex Kusuma	75	PT. Jaya Moulding Perkasa
23	PT. Dycom Engineering	76	PT. Kaldu Sari Nabati Indonesia
24	PT. Ekadharma Tape Industries	77	PT. Kanebo Tomen Sandang
25	PT. EMI	78	PT. Kenkad Hydraulic Presses
26	PT. Erlangga	79	PT. Laksana Jaya Lestari
27	PT. Euodoo	80	PT. Lautan Luas Tbk
28	PT. Ewindo	81	PT. Len Industri (persero)
29	PT. Fajar Teknik Utama	82	PT. Letter Mas Industry
30	PT. ACTY	83	PT. Sarana Mega Fortuna
31	PT. Pamatex	84	PT. Sinar Tirtana Intan Permata
32	PT. Mak Technologies	85	PT. Skin Solution Beauty Care
33	PT. Crasco Indonesia	86	PT. Soles Multi Idea
34	PT. Medion Farma Jaya	87	PT. Steel Pipe Industry of Indonesia
35	PT. CIUM	88	PT. Taka Turbomachinery Indonesia
36	PT. Meprofarm Pharmaceutical	89	PT. TAKO garmen
37	PT. Mesindo Manufaktur	90	PT. Panasia Indo Resources Tbk
38	PT. Mitra Karya Manufaktur	91	PT. C.A.R
39	PT. PT. Perangan Persada	92	PT. I.S.A.M
40	PT. Nikkatsu Electric Works	93	PT. Multi Karya Perkasa
41	PT. Pabrik handuk Bandung	94	PT. Sinar Continental
42	PT. Pabrik Mesin Teha	95	PT. Unicorn Tosa Perkasa
43	PT. Pabrik Sepatu Bandung	96	PT. Indo Buana Makmur Textile
44	PT. Pindad	97	PT. Bina Nusantara Prima
45	PT. Pintu Mas Mulia Kimia	98	PT. Delami Garment Industries
46	PT. Profita Raya Packaging Industry	99	PT. Admiralindo Bintang Terang
47	PT. Progressio Indonesia	100	PT. Indoxtrusions Elemotor Indonesia

NO	NAMA PERUSAHAAN	NO	NAMA PERUSAHAAN
48	PT. Lusantex Datatex	101	PT. Famatex
49	PT. Fardung Textile Industry3	102	PT. Premium Concept Denim
50	PT. Industri Tekstil Alena	103	PT. Kirana Siska Wahana Garment
51	PT. Fuji Palapa Textile Industries	104	PT. Sansan Saudaratex Jaya
52	PT. Vitex Jayamandiri Selaras	105	PT. Testex
53	PT. Catu Daya Perkasa		

3.7 Teknik Sampling dan Sampel

3.7.1 Teknik Sampling

Sugiyono (2014:116) menyatakan teknik sampling adalah: “teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.” Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability sampling* dan *Nonprobability sampling*.

Menurut Sugiyono (2014:120) teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* adalah: “*Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.”

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan sampel *Nonprobability sampling* yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014: 122) “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu”.

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel dapat dijadikan responden dan memiliki kriteria yang sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Oleh karena itu penulis memilih teknik *purposive sampling* dengan menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam

penelitian ini. Kriteria yang ditetapkan penulis untuk penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang industri elektronik atau alat-alat listrik dan dibidang industri garment atau textile di Kota Bandung. Adapun pemilihan kriteria tersebut dikarenakan perusahaan industri elektronik atau alat-alat listrik dan dibidang industri garment atau textile lebih banyak dan lebih mudah untuk ditemui dibandingkan dengan jenis perusahaan manufaktur yang lain.

Alasan pemilihan Kota Bandung adalah karena penerapan sistem *special order* atau *customization strategy* pada perusahaan manufaktur di Kota Bandung lebih banyak dibandingkan di Kota-Kota lainnya.

<https://jabar.bps.go.id>

3.7.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014:120) sampel adalah: “bagian dari jumlah yang dimiliki oleh sebagian populasi tersebut.” Sampel digunakan sebagai ukuran sampel dimana ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk mengetahui besarnya sampel yang akan diambil dalam melaksanakan suatu penelitian.

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.

Alasan penulis memilih perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang industri elektronik atau alat-alat listrik dan dibidang industri garment atau textile karena perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang industri elektronik atau alat-alat listrik dan dibidang industri garment atau textile di Indonesia lebih siap menghadapi persaingan di era perdagangan yang telah lama dan berpengalaman dalam dunia bisnis, terutama dalam menghadapi persaingan di era perdagangan bebas seperti ASEAN Free Trade Area (AFTA).

Hal ini didukung oleh data dari Growth From Knowledge (GFK) Indonesia, lembaga riset produk elektronik atau alat-alat listrik sepanjang tahun 2017 mencapai Rp. 83 triliun atau naik 17% dari 2016, dan perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang industri garment atau textile mencatat kenaikannya sepanjang tahun 2017 mencapai Rp.75 triliun atau naik 15% dari 2016.
<http://www.kemenperin.go.id>

Adapun sampel yang dipilih dalam penelitian ini yaitu manajer dan supervisor yang terdapat dalam bagian-bagian yang ada pada 30 perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang industri elektronik atau alat-alat listrik dan dibidang industri garment atau textile di Kota Bandung.

Adapun penulis memilih sample 30 perusahaan karena Menurut Cohen, et.al, (2007, hlm. 101) semakin besar sample dari besarnya populasi yang ada adalah semakin baik, akan tetapi ada jumlah batas minimal yang harus diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 30 sampel. Di bawah ini adalah table daftar perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang industri elektronik atau alat-alat listrik dan dibidang industri garment atau textile di Kota Bandung.

Tabel 3.5
Daftar Sample 30 Perusahaan Manufaktur

NO	NAMA PERUSAHAAN
1	PT. Nikkatsu Electric Works
2	PT. Sansan Saudaratex Jaya Garment
3	PT. Testex
4	PT. LEN Industri
5	PT. Sinar Textile Indah Perkasa (STIP)
6	PT. Electeic Wire Indonesia (EWINDO)
7	PT. Famatex
8	PT. Premium Concept Denim
9	PT. Kirana Siska Wahana Garment (KSWG)
10	PT. Jabil Circuit
11	PT. C.A.R
12	PT. Integrated Circuit Schema Aadaptor Machine (ISAM)
13	PT. Multi Karya Perkasa
14	PT. Sinar Continental
15	PT. Unicorn Tosa Perkasa
16	PT. Indo Buana Makmur Textile
17	PT. Bina Nusantara Prima
18	PT. Delami Garment Industries
19	PT. Admiralindo Bintang Terang
20	PT. Indoxtrusions Elemotor Indonesia
21	PT. Periangsan Persada
22	PT. Crasco Indonesia
23	PT. CIUM
24	PT. Lusanter Datatex
25	PT. Fardung Textile Industry3
26	PT. Industri Tekstil Alena
27	PT. Fuji Palapa Textile Industries

NO	NAMA PERUSAHAAN
28	PT. Vitex Jayamandiri Selaras
29	PT. Catu Daya Perkasa
30	PT. ACTY

3.8 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.8.1 Jenis Data

Didalam penelitian ini penulis memerlukan data yang relevan dengan permasalahan yang penulis bahas. Sumber data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini yaitu menggunakan data primer, seperti data kuesioner, survei dan observasi. Menurut Sugiyono (2014: 402) data primer adalah: "sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data". Contoh data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.

Data yang dimaksud menurut penjelasan di atas yaitu manajer atau supervisor yang terdapat dalam bagian-bagian yang ada pada perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang industri elektronik atau alat-alat listrik dan dibidang industri garment atau textile di Kota Bandung.

3.8.2 Teknik Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian Lapangan (*Field Research*) yang menurut Moh. Nazir adalah: "Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mendatangi langsung tempat yang menjadi objek penelitian."

Berdasarkan definisi di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa Penelitian Lapangan (*Field Research*) adalah penelitian yang dilakukan pengamatan langsung sebagai cara pengumpulan data.

Adapun cara yang dilakukan untuk memperoleh data yang mendukung penelitian ini, penulis melakukan wawancara dan membagikan kuisioner dengan pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian yaitu *customization strategy*, kinerja perusahaan, dan kualitas sistem informasi akuntansi manajemen.

3.9 Rancangan Analisis Data

Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh akan digunakan analisis deskriptif dan verifikatif.

3.9.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode analisis deskriptif menurut Sugiyono (2014: 35) adalah: “Suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variable mandiri, baik hanya pada suatu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel lain”. 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 verifikatif dengan pendekatan kuantitatif yang 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.

3.9.2 Analisis Verifikatif

Metode analisis verifikatif menurut Sugiyono (2012:8) adalah metode verifikatif diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Data yang digunakan untuk variabel *Customization Strategy* (X) merupakan data primer dikumpulkan melalui kuesioner merupakan skala ordinal, dan Kinerja perusahaan (Y) merupakan data primer dikumpulkan melalui kuesioner merupakan skala ordinal, dan Kualitas Sistem Informasi Akutansi Manajemen (Z) berbentuk data primer berskala ordinal, data ordinal terlebih dahulu dikonversi menjadi data interval dengan menggunakan MSI.

Sebelum Kuesioner digunakan untuk pengumpulan data yang sebenarnya, terlebih dahulu dilakukan uji coba kepada responden yang memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik populasi penelitian. Uji coba dilakukan untuk mengetahui tingkat kesahihan (validitas) dan kekonsistenan (reliabilitas) alat ukur penelitian, sehingga diperoleh item-item pertanyaan/pernyataan yang layak untuk digunakan sebagai alat ukur untuk pengumpulan data penelitian. *Customization Strategy*, Kinerja Perusahaan dan Kualitas Sistem Informasi Akutansi Manajemen

pada penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner. Selanjutnya analisis yang digunakan dalam metode penelitian verifikatif menggunakan analisis jalur.

Analisis jalur (Path Analysis) adalah bentuk analisis yang dirancang untuk menentukan hubungan antara satu variabel atau lebih yang dipengaruhi oleh variabel ketiga atau mediasi. Penggunaan analisis jalur untuk melakukan pengujian statistik dilakukan dengan dapat memberikan dasar untuk mengetahui kontrol pengaruh mediator terhadap interaksi antara variabel independen dan dependen. Model penelitian yang digunakan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji signifikansi *non-parameter* (uji statistik t) dengan bentuk interaksi secara keseluruhan.

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

1. Menyusun Operasionalisasi Variabel
2. Membuat pertanyaan atau kuesioner

Penulis membuat kuesioner dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan yang akan diberikan dan diisi oleh responden, yaitu manajer atau supervisor pada bagian produksi dan manajemen akunting. Untuk mendapatkan tingkat tanggapan yang tinggi, pertanyaan yang diajukan singkat dan jelas serta tidak ada batasan waktu untuk mengisi setiap kuesioner.

3. Menentukan kriteria kesimpulan untuk masing-masing variabel

Dalam menilai variable *customization strategy*, kinerja perusahaan, dan kualitas sistem informasi akutansi manajemen maka analisis yang digunakan berdasarkan rata-rata (*Mean*) dari masing-masing variabel. Nilai rata-rata ini

didapat dengan menjumlahkan data keseluruhan dalam setiap variabel, kemudian dibagi dengan jumlah responden. Untuk menghitung rata-rata masing-masing variabel dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Me = \frac{\sum Xi}{n}$$

Dimana:

Me = Mean (rata-rata)

$\sum$ = Jumlah

N = Jumlah responden

X_i = Nilai variabel ke 1 sampai ke n

Setelah rata-rata dari setiap variabel didapat, kemudian dibandingkan dengan kriteria yang peneliti tentukan berdasarkan nilai terendah dan nilai tertinggi dari hasil kuesioner. Nilai terendah dan nilai tertinggi dapat menggunakan rumus:

Jumlah responden x Jumlah pertanyaan x 1 = nilai terendah

Jumlah responden x Jumlah pertanyaan x 5 = nilai tertinggi

4. Menguji Validitas dan Uji Reliabilitas atas pertanyaan atau kuisisioner yang akan diberikan kepada responden agar kuisisioner yang diberikan tepat untuk menggambarkan variabel-variabel yang diteliti.

a) Uji Validitas

Maksud dari uji validitas adalah suatu data yang dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Sugiyono (2013:172) menyatakan bahwa valid berarti: “instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa

yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid”.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item yaitu mengoreksi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Skor total adalah jumlah dari semua skor pernyataan, jika skor setiap item pernyataan berkorelasi secara signifikan dengan skor total maka dapat dikatakan bahwa alat ukur itu valid. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Sugiyono (2013:178) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $r \geq 0,30$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid
- b. Jika $r \leq 0,30$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid

Untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus *Pearson*

Product Moment berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n (\sum XiYi) - (\sum Xi) \cdot (\sum Yi)}{\sqrt{\{n \cdot \sum xi^2 - (\sum xi)^2\} \cdot \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{hitung} = Koefisien Korelasi

$\sum y_i$ = Jumlah Skor total (seluruh item)

$\sum x_i$ = Jumlah Skor Item

n = Jumlah Responden

Apabila koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30, maka instrument penelitian tersebut memiliki derajat ketepatan dalam mengukur variabel penelitian dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian.

Tetapi apabila koefisien korelasi lebih kecil dari 0,30, maka instrumen penelitian tersebut tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis atau instrumen tersebut dihilangkan dari pengukuran variabel.

b) Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013:175) reliabilitas adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Untuk melihat reliabilitas masing-masing, instrumen yang digunakan adalah koefisien *Cronbach Alpha* dengan menggunakan fasilitas SPSS. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar. Rumus *Cronbach Alpha* menurut Sukaresmi Arikunto (2014:178) adalah sebagai berikut:

$$A = \left(\frac{K \cdot r}{1 + (K - 1) \cdot r} \right)$$

Keterangan :

A = Koefisien reliabilitas r = Rata-rata korelasi antar item

K = Jumlah item reliabilitas 1 = Bilangan konstan

5. Membagikan kuesioner

Peneliti membagikan kuesioner kepada bagian-bagian yang telah ditetapkan, dengan tujuan untuk mendapatkan keakuratan informasi yang diinginkan.

6. Mengumpulkan jawaban atas kuesioner

Kuesioner yang telah diisi oleh responden dikumpulkan oleh peneliti untuk dapat diolah menjadi data yang dapat diinformasikan.

7. Memberikan skor atas jawaban responden

Untuk menentukan nilai dari kuesioner penulis menggunakan skala likert. Setiap item dari kuesioner memiliki 5 jawaban dengan masing-masing nilai/skor yang berbeda untuk setiap skor untuk pertanyaan positif. Untuk lebih jelasnya berikut ini kriteria bobot penelitian dari setiap pertanyaan dalam kuesioner yang dijawab responden dapat dilihat pada pertanyaan pada tabel 3.6

Tabel 3.6
Bobot Penilaian Kuesioner Pertanyaan Positif

No	Pilihan Jawaban	Skor
1.	Selalu	5
2.	Sering	4
3.	Kadang-Kadang	3
4.	Jarang	2
5.	Tidak pernah	1

8. Membuat tabulasi jawaban responden atas kuesioner.

9. Membandingkan total skor setiap variabel dengan kriteria variabel.

Atas dasar hal tersebut, maka penulis mengelompokkan kriteria untuk setiap variabel dan dimensi dari variabel *X*, *Y*, dan *Z* berdasarkan jumlah pernyataan yang ditanyakan pada kuesioner.

Untuk kriteria dimensi dengan 2 pernyataan maka diperoleh kriterianya sebagai berikut:

Nilai tertinggi	$30 \times 2 \times 5 = 300$
Nilai terendah	$30 \times 2 \times 1 = 60$
Interval	$\frac{300 - 60}{5} = 48$

Tabel 3.7
Kriteria Dimensi dengan 2 Pertanyaan

Rentang Nilai	Kategori <i>Customization strategy</i>	Kategori Kinerja Perusahaan	Kategori Kualitas SIAM
48 – 108	Tidak Memadai	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
109 – 156	Kurang Memadai	Tidak Baik	Tidak Baik
157 – 204	Cukup Memadai	Cukup Baik	Cukup Baik
205 – 252	Memadai	Baik	Baik
253 – 300	Sangat Memadai	Sangat Baik	Sangat Baik

Untuk kriteria dimensi dengan 3 pernyataan maka diperoleh kriterianya sebagai berikut:

Nilai tertinggi	$30 \times 3 \times 5 = 450$
Nilai terendah	$30 \times 3 \times 1 = 90$
Interval	$\frac{450 - 90}{5} = 72$

Tabel 3.8
Kriteria Dimensi dengan 3 Pertanyaan

Rentang Nilai	Kategori <i>Customization strategy</i>	Kategori Kinerja Perusahaan	Kategori Kualitas SIAM
72 – 162	Tidak Memadai	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
163 – 234	Kurang Memadai	Tidak Baik	Tidak Baik
235 – 306	Cukup Memadai	Cukup Baik	Cukup Baik
307 – 378	Memadai	Baik	Baik
379 – 450	Sangat Memadai	Sangat Baik	Sangat Baik

Untuk kriteria dimensi dengan 4 pernyataan maka diperoleh kriterianya sebagai berikut:

$$\begin{array}{ll} \text{Nilai tertinggi} & 30 \times 4 \times 5 = 600 \\ \text{Nilai terendah} & 30 \times 4 \times 1 = 120 \\ \text{Interval} & \frac{600 - 120}{5} = 96 \end{array}$$

Tabel 3.9

Kriteria Dimensi dengan 4 Pertanyaan

Rentang Nilai	Kategori <i>Customization strategy</i>	Kategori Kinerja Perusahaan	Kategori Kualitas SIAM
96 – 216	Tidak Memadai	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
217 – 312	Kurang Memadai	Tidak Baik	Tidak Baik
313 – 408	Cukup Memadai	Cukup Baik	Cukup Baik
409 – 504	Memadai	Baik	Baik
505 – 600	Sangat Memadai	Sangat Baik	Sangat Baik

Untuk kriteria dimensi dengan 5 pernyataan maka diperoleh kriterianya sebagai berikut:

$$\begin{array}{ll} \text{Nilai tertinggi} & 30 \times 5 \times 5 = 750 \\ \text{Nilai terendah} & 30 \times 5 \times 1 = 150 \\ \text{Interval} & \frac{750 - 150}{5} = 120 \end{array}$$

Tabel 3.10

Kriteria Dimensi dengan 5 Pertanyaan

Rentang Nilai	Kategori <i>Customization strategy</i>	Kategori Kinerja Perusahaan	Kategori Kualitas SIAM
150 – 270	Tidak Memadai	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
271 – 390	Kurang Memadai	Tidak Baik	Tidak Baik
391 – 510	Cukup Memadai	Cukup Baik	Cukup Baik

Rentang Nilai	Kategori <i>Customization strategy</i>	Kategori Kinerja Perusahaan	Kategori Kualitas SIAM
511 – 630	Memadai	Baik	Baik
631 – 750	Sangat Memadai	Sangat Baik	Sangat Baik

Untuk kriteria dimensi dengan 7 pernyataan maka diperoleh kriterianya sebagai berikut:

$$\text{Nilai tertinggi} \quad 30 \times 7 \times 5 = 1050$$

$$\text{Nilai terendah} \quad 30 \times 7 \times 1 = 210$$

$$\text{Interval} \quad \frac{700 - 140}{5} = 168$$

Tabel 3.11

Kriteria Dimensi dengan 7 Pertanyaan

Rentang Nilai	Kategori <i>Customization strategy</i>	Kategori Kinerja Perusahaan	Kategori Kualitas SIAM
210 – 378	Tidak Memadai	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
379 – 546	Kurang Memadai	Tidak Baik	Tidak Baik
547 – 714	Cukup Memadai	Cukup Baik	Cukup Baik
715 – 588	Memadai	Baik	Baik
589 – 882	Sangat Memadai	Sangat Baik	Sangat Baik

Untuk kriteria variabel *customization strategy* sebagai berikut:

$$\text{Nilai tertinggi} \quad 30 \times 8 \times 5 = 1200$$

$$\text{Nilai terendah} \quad 30 \times 8 \times 1 = 240$$

$$\text{Interval} \quad \frac{1200 - 240}{5} = 192$$

Tabel 3.12
Kriteria Variabel Customization Strategy

Rentang Nilai	Kategori Customization strategy
240 – 432	Tidak Memadai
433 – 624	Kurang Memadai
625 – 816	Cukup Memadai
817 – 1008	Memadai
1009 – 1200	Sangat Memadai

Untuk kriteria variabel kinerja perusahaan diperoleh kriterianya sebagai berikut:

$$\begin{array}{ll}
 \text{Nilai tertinggi} & 30 \times 12 \times 5 = 1800 \\
 \text{Nilai terendah} & 30 \times 12 \times 1 = 360 \\
 \text{Interval} & \frac{1800 - 360}{5} = 288
 \end{array}$$

Tabel 3.13
Kriteria Variabel Kinerja Perusahaan

Rentang Nilai	Kategori Kinerja Perusahaan
360 – 648	Sangat Tidak Baik
649 – 936	Tidak Baik
937 – 1224	Cukup Baik
1225 – 1512	Baik
1513 – 1800	Sangat Baik

Untuk kriteria variabel kualitas sistem informasi akuntansi manajemen diperoleh kriterianya sebagai berikut:

$$\begin{array}{ll}
 \text{Nilai tertinggi} & 30 \times 12 \times 5 = 1800 \\
 \text{Nilai terendah} & 30 \times 12 \times 1 = 360
 \end{array}$$

Tabel

3.14

Kriteria	Interval	$\frac{1800 - 360}{5} = 288$	Variabel
Kualitas			Sistem

Informasi Akuntansi Manajemen

Rentang Nilai	Kategori Kualitas SIAM
360 – 648	Sangat Tidak Baik
649 – 936	Tidak Baik
937 – 1224	Cukup Baik
1225 – 1512	Baik
1513 – 1800	Sangat Baik

10. Membuat kesimpulan setiap variabel.

3.9.3 Metode Analisis dan Pengujian Data

Pengujian untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya, maka digunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*) yang dapat dijadikan alat untuk melakukan penelitian terhadap pengaruh customization strategy terhadap kinerja perusahaan melalui kualitas sistem informasi akuntansi manajemen.

3.9.3.1 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”.

3.9.3.1.1 Statistik Uji *F*

Uji *F* digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen (*X*) dan (*Z*) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (*Y*). Menurut Ghazali (2013) Uji *F* pada dasarnya Menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan Uji *F* adalah sebagai berikut:

1. Menentukan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$.

Tingkat signifikansi 0,05 atau 5% artinya kemungkinan besar hasil penarikan kesimpulan memiliki profitabilitas 95% atau toleransi kesalahan 5%.

2. Menghitung Uji *F* (*F-test*)

$$F \text{ hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi gabungan

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

3. Kriteria pengambilan keputusan

H_0 ditolak jika F statistik $< 0,05$ atau F tabel $< F$ hitung

H_0 diterima jika F statistik $> 0,05$ atau F tabel $> F$ hitung

Nilai F tabel didapat dari:

$Df1$ (pembilang) = Jumlah variabel independen

$Df2$ (penyebut) = $n - k - 1$.

Keterangan:

n = jumlah sampel

k = variabel independen

Sedangkan Nilai F_{hitung} atau F statistik diperoleh dari hasil perhitungan statistik (SPSS) dalam tabel ANNOVA. .

3.9.3.1.2 Statistik Uji t

Uji hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan 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 $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Terima H_0 (tolak H_a), jika $t_{hitung} > t_{table}$

- | | |
|------------------------|---|
| $H_0 : \beta_1 \leq 0$ | <i>Customization Strategy</i> tidak berpengaruh signifikan positif terhadap Kinerja Perusahaan. |
| $H_a : \beta_1 > 0$ | <i>Customization Strategy</i> berpengaruh signifikan positif terhadap Kinerja Perusahaan. |
| $H_0 : \beta_2 \leq 0$ | <i>Customization Strategy</i> tidak berpengaruh signifikan positif terhadap Kualitas Sistem Informasi Akutansi Manajemen. |
| $H_a : \beta_2 > 0$ | <i>Customization Strategy</i> berpengaruh signifikan positif terhadap Kualitas Sistem Informasi Akutansi Manajemen. |
| $H_0 : \beta_3 \leq 0$ | Kualitas Sistem Informasi Akutansi Manajemen tidak berpengaruh signifikan positif terhadap Kinerja Perusahaan. |
| $H_a : \beta_3 > 0$ | Kualitas Sistem Informasi Akutansi Manajemen berpengaruh signifikan positif terhadap Kinerja Perusahaan. |

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

$$t = \frac{n\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

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 24.0*.

3.9.3.1.3 Transformasi Data Ordinal Menjadi Data Interval

Data pada penelitian ini diperoleh dari jawaban kuesioner pada responden yang menggunakan skala *likert*, dari skala pengukuran *likert* tersebut maka akan diperoleh data ordinal. Agar dapat dianalisis secara statistik, data tersebut harus dinaikkan menjadi skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan *Method of Succesive Interval* (MSI) dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Memperhatikan setiap butir jawaban responden dari kuesioner yang disebarkan.

2. Untuk setiap butir pertanyaan tentukan *frekuensi (f)* responden yang menjawab skor 1, 2, 3, 4 dan 5 untuk setiap item pertanyaan.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom ekor.
5. Menentukan nilai *z* untuk setiap proporsi kumulatif.
6. Menentukan nilai skala (*Scala Value = SV*) untuk setiap ekor jawaban yang diperoleh (dengan menggunakan Tabel Tinggi Dimensi).
7. Menentukan skala (*Scala Value = SV*) untuk masing-masing responden dengan menggunakan rumus:

$$SV = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

Keterangan:

Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit = Kepadatan batas atas

Area Below Upper Limit = Daerah di bawah batas atas

Area Below Lower Limit = Daerah di bawah batas bawah

8. Sesuai dengan nilai skala ordinal ke interval, yaitu skala *value (SV)* yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan 1 (satu).

Untuk menentukan nilai transformasi terdapat rumus sebagai berikut:

$$Transformed\ Scale\ Value = Y = SV + [SV_{min}] + 1$$

Nilai skala ini disebut dengan skala interval.

3.9.3.1.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Variabel Intervening merupakan variabel antara atau mediating, fungsinya memediasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*) Ahmad Kuncoro, Engkos dan Riduwan (2007:115). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Menurut Juanim (2004:17) Analisis jalur yang dikenal dengan *Path Analysis* dikembangkan pertama kali oleh Sewall Wright dapat didefinisikan bahwa analisis jalur merupakan bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya.

Analisis regresi dilakukan untuk melacak antar variabel yang berurutan sebagai akibat dari variabel terikat yang diketahui sebagai analisis jalur. Analisis jalur dapat melacak berbagai kemungkinan yang terjadi dalam data yang *cross-sectional* (Sekaran, 2003:407). Dalam analisis jalur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat berupa pengaruh langsung dan tidak langsung, atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung. Berbeda dengan model regresi dimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat hanya berbentuk pengaruh langsung.

Manfaat model *path analysis* adalah untuk:

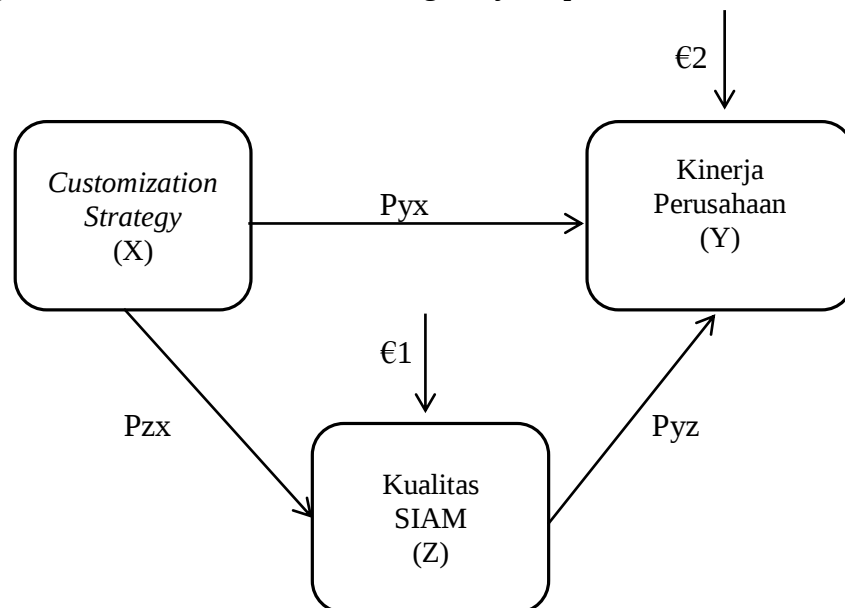
1. Penjelasan terhadap fenomena yang dipelajari atau permasalahan yang diteliti.
2. Prediksi nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas.

3. Faktor determinan yaitu penentuan variabel bebas dimana yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat, juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme (jalur-jalur) pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
4. Pengujian model, baik untuk uji realibiitas konsep yang sudah ada ataupun uji pengembangan konsep baru.

Menurut Juanim (2004:23) di samping menggunakan diagram jalur untuk menyatakan model yang dianalisis, dalam analisis jalur juga dapat ditampilkan dalam bentuk persamaan yang biasa disebut persamaan struktural. Persamaan struktural menggambarkan hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematis. Untuk menyusun model analisis jalur dilakukan langkah-langkah analisis jalur adalah sebagai berikut:

1. Menyusun Model Kausal

Langkah awal adalah menentukan diagram jalur penelitian ini.



Gambar 3.1

Model Diagram Analisis Jalur (*Path Analysis*)

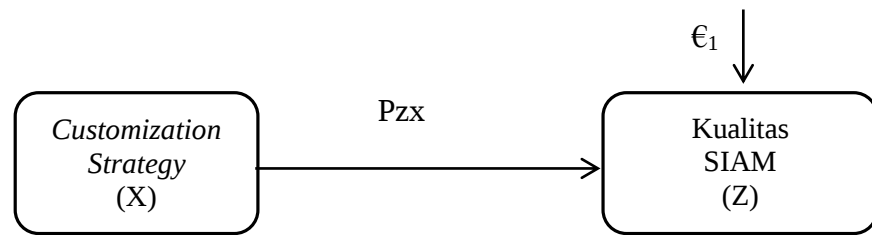
- Z = Kualitas Sistem Informasi Akutansi Manajemen
- Y = Kinerja Perusahaan
- X = *Customization Strategy*
- Pyx = Koefisien Jalur *Customization Strategy* terhadap Kinerja Perusahaan
- Pzx = Koefisien Jalur *Customization Strategy* terhadap Kualitas Sistem Informasi Akutansi Manajemen
- Pyz = Koefisien Jalur Kualitas Sistem Informasi Akutansi Manajemen terhadap Kinerja Perusahaan
- Pyxz = Koefisien Jalur *Customization Strategy* terhadap Kinerja Perusahaan melalui Kualitas Sistem Informasi Akutansi Manajemen
- € = Faktor residual, yang menunjukkan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti atau kekeliruan pengukuran variabel.

Model diagram jalur pada Gambar 3.1 juga dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan, sehingga membentuk sistem persamaan sebagai berikut :

Persamaan Struktural

Menurut Juliansyah Noor (2014:84) persamaan struktural adalah: “Persamaan struktural adalah persamaan yang menyatakan hubungan antar variabel pada diagram jalur yang ada”. Berdasarkan diagram jalur pada Gambar 3.1 di atas, dapat diformulasikan ke dalam 2 (dua) bentuk persamaan struktural, yaitu:

Persamaan jalur sub struktur pertama:

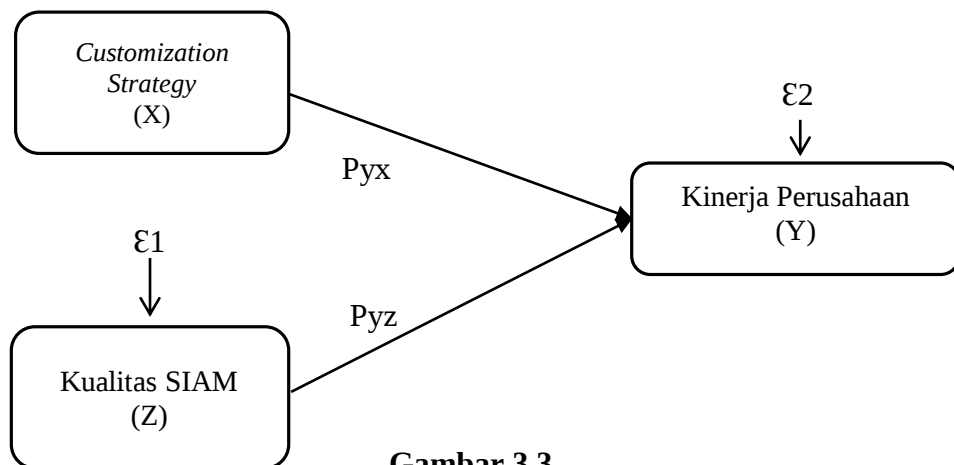


Gambar 3.2

Diagram Jalur Sub Struktur Pertama

Persamaan Sub Struktur 1

$$Y = P_{zx} X + \epsilon_1$$



Gambar 3.3

Diagram Jalur Sub Struktur Kedua

Persamaan Sub Struktur 2

$$Y = P_{yx} X + P_{yz} Z + \epsilon_2$$

2. Menghitung Koefisien *Path* secara Langsung

Untuk satu arah $\rightarrow$ digunakan perhitungann regresi variabel dibakukan, secara parsial pada masing-masing persamaan. Metode yang digunakan adalah *Ordinary least-squares* (OLS). Dari perhitungan ini diperoleh koefisien *path* secara langsung. Sedangkan untuk pengaruh kesalahan pengganggu ditentukan sebagai berikut :

$$P_{\epsilon i} = \sqrt{1 - R_i^2}$$

3. Mencari Pengaruh secara Tidak Langsung

Pengaruh tidak langsung variabel-variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel antara dengan cara :

$$\text{PTL} = \beta_1 \times \beta_2$$

Keterangan :

PTL = Pengaruh Customization Strategy (X) terhadap Kinerja Perusahaan (Y), melalui Kualitas Sistem Informasi Akutansi Manajemen (Y).

4. Analisis Persamaan Struktural

Analisis persamaan struktural dilakukan dengan menggunakan *SPSS 24.0 for windows*, terdiri atas dua langkah. Langkah tersebut adalah analisis untuk substruktur 1 dan substruktur 2.

3.9.3.1.5 Koefisien 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:

$$r_{xy} = \frac{n (\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2] [n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

X = Variabel independen

Y = Variabel dependen

n = Banyaknya sampel

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

Tabel 3.15
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	Cukup Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014:250)

3.9.3.1.6 Koefisien 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:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

3.10 Rancangan Kuesioner

Menurut Sugiyono (2012:199) mengemukakan bahwa: “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.”

Peneliti menggunakan jenis kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang dibagikan sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Kuesioner dibagikan kepada perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang industri elektronik atau alat-alat listrik dan dibidang industri garment atau textile di Kota Bandung. Pada bagian awal kuesioner, responden diharuskan mengisi identitas mereka pada lembar yang telah disediakan berupa nama, usia, jenis kelamin, lama bekerja serta pendidikan.

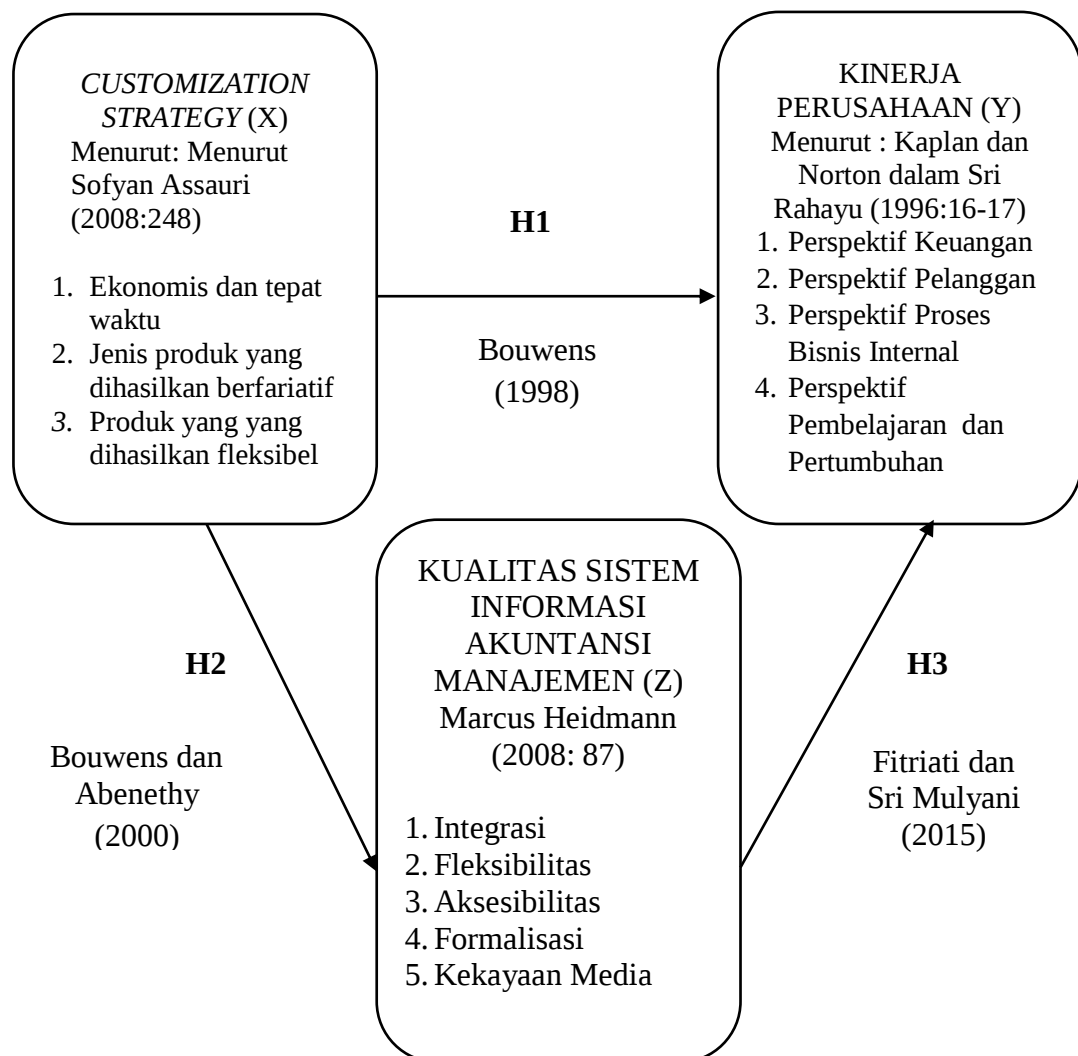
Untuk memudahkan pengisian kuesioner penulis membagi pertanyaan menjadi tiga bagian yaitu:

1. *Customization Strategy*
2. Kinerja Perusahaan
3. Kualitas Sistem Informasi Akutansi Manajemen

Ketiga bagian tersebut mewakili setiap variabel yang diteliti pada penelitian sesuai teori yang relevan, sehingga dapat memudahkan dalam penarikan kesimpulan. Setiap bagian berisi beberapa pertanyaan yang mencakup variabel yang diteliti yang dibentuk dalam tabel-tabel yang berbeda. Responden diminta untuk memberikan tanda silang (√) pada setiap jawaban yang dinilai paling mendekati keadaan di perusahaan tersebut saat ini.

3.11 Model Penelitian

Model penelitian merupakan abstraksi fenomena-fenomena yang sedang diteliti dalam hal ini sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh Customization Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Kualitas Sistem Informasi Akutansi Manajemen”. Maka model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.4 Model Penelitia