

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

3.1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang akan dibuktikan secara objektif. Sugiyono (2015:41) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu).

Objek dalam penelitian ini yaitu ketidakpastian lingkungan, kinerja unit bisnis strategis, karakteristik sistem informasi akuntansi manajemen *broad scoped* dan strategi bisnis pada PT Astra Internasional Tbk - Auto2000 *General Repair* Cabang Bandung yang merupakan cabang-cabang Auto2000 *General Repair* yang berada di wilayah Bandung yang juga menyediakan penjualan mobil, service dan penjualan sparepart kendaraan Toyota yang bertempat di Setiabudi, Pasteur, Asia Afrika, Suci, Soekarno Hatta, Cibiru dan Rancaekek.

3.1.2 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian, perlu adanya suatu metode atau cara sebagai langkah-langkah yang harus ditempuh oleh peneliti dalam memecahkan suatu

permasalahan untuk mencapai tujuan tertentu. Metode penelitian ini merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan suatu metode yang relevan dengan tujuan yang ingin dicapai.

Menurut Sugiono (2015: 2) definisi metode penelitian adalah:

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

Mengacu pada definisi tersebut, dapat dikemukakan bahwa metode penelitian merupakan cara yang dilakukan peneliti dalam menganalisis data untuk memberikan solusi terhadap suatu kondisi yang bermasalah. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan suatu metode yang relevan dengan tujuan yang ingin dicapai.

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 menunjukkan penyusunan laporan penelitian.

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

Pengertian metode deskriptif menurut Moh. Nazir (2011:54), yaitu:

“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.”

Pengertian metode Verifikatif menurut Moh. Nazir (2013:91) 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.”

Hasil penelitian ini merupakan pengujian dari teori atau hipotesis melalui perhitungan statistik dengan melakukan pengukuran secara linier serta menjelaskan hubungan kasual antara variabel, dimana hasil yang akan keluar adalah diterima atau ditolak.

Dalam metode ini akan diamati secara seksama aspek-aspek yang berkaitan erat dengan masalah yang diteliti, sehingga diperoleh data primer yang menunjang penyusunan laporan penelitian ini. Data-data yang diperoleh selama penelitian akan diolah, dianalisis dan diproses dengan teori-teori yang telah dipelajari, sehingga dapat memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti, dari gambaran objek tersebut dapat ditarik kesimpulan mengenai masalah yang diteliti.

Menurut Sugiono (2015:8) definisi metode kuantitatif adalah sebagai berikut:

“Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan metode kuantitatif.

Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2014:13) adalah:

“...menurut penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif digunakan oleh peneliti untuk mengukur atau menguji data sehingga menghasilkan jawaban identifikasi masalah yang diukur atau dikaji dengan alat kuantitatif.”

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2015:38) definisi variabel penelitian adalah:

“Variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.”

Berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dalam penelitian ini terdiri dari variabel moderating, variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Adapun penjelasan masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas / Independent Variabel (X)

Menurut Sugiyono (2015:64) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan variabel independen adalah :

“variabel bebas (*independent variabel*) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).”

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan definisi ketidakpastian lingkungan yang dikemukakan oleh Akhmad dan M. Jauhar (2013:187) mengemukakan pengertian ketidakpastian lingkungan sebagai berikut:

“Ketidakpastian lingkungan merupakan keadaan dimana organisasi (atau pimpinannya) tidak mempunyai informasi yang cukup mengenai keadaan lingkungannya, sehingga akan menyebabkan timbulnya kesulitan dalam memperkirakan perubahan-perubahan lingkungan yang akan terjadi, ketidakpastian ini menyebabkan tindakan-tindakan yang akan diambil oleh organisasi mempunyai risiko kegagalan yang tinggi.”

Faktor-faktor dan kekuatan yang berada diluar organisasi yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi menurut Stephen dan Mary (2010: 79-84) adalah:

- 1) Lingkungan spesifik, meliputi kekuatan eksternal yang secara langsung mempengaruhi keputusan manajer dan secara relevan dengan pencapaian sasaran organisasi. Kekuatan umum yang membentuk lingkungan spesifik adalah pelanggan, pemasok, pesaing dan kelompok kepentingan masyarakat.
- 2) Lingkungan umum, meliputi kondisi ekonomi, politik atau hukum, sosial budaya, demografis, teknologi dan global secara luas.

2. Variabel Terikat / Dependent Variabel (Y)

Variabel dependen (terikat) menurut (Sekaran, 2011:17) merupakan:

“Variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Tujuan penelitian adalah untuk memahami membuat variabel dependen, menjelaskan variabilitasnya atau memprediksinya. Dengan kata lain, variabel devenden adalah variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi.

Variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kinerja Unit Bisnis Strategis. Pengertian kinerja menurut Rachmat (2014:46) merupakan:

“Sebuah hasil (output) dari proses tertentu yang dilakukan oleh seluruh komponen organisasi terhadap sumber tertentu yang digunakan (input). Kinerja juga merupakan hasil serangkaian proses kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu organisasi”.

3. Variabel *Moderating*(Z)

Menurut Sugiyono (2015:64) adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan dependen. Variabel ini disebut juga sebagai variabel independen kedua. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel moderating yang diteliti, diantaranya yaitu:

a. Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen *Broadscope* (Z₁)

Dalam penelitian ini variabel independen yang diteliti adalah Sistem informasi akuntansi Manajemen (SIAM) menurut Siregar et al, (2013:5) menyatakan emen sebagai berikut:

“Sistem informasi akuntansi manajemen (*management accounting information system*) adalah sistem informasi yang mentransformasikan *input* dengan menggunakan proses untuk menghasilkan *output* yang dibutuhkan untuk mendukung pengambilan keputusan. Proses ini dapat dideskripsikan melalui berbagai kegiatan seperti proses identifikasi, pengukuran, akumulasi, analisis dan pelaporan informasi. Keluaran mencakup berbagai laporan seperti laporan biaya aktivitas, harga pokok produk, laporan pembelian, laporan pemakaian bahan, laporan jam kerja.”

Menurut Chenhall dan Morris dalam Jurnal Farika Nuranisa (2015)

Broad scope (Lingkup luas) merupakan

“Informasi yang mencakup mengenai permasalahan perusahaan yang akan mampu membantu para manajer menghasilkan kebijakan yang lebih efektif sehingga hasilnya diharapkan dapat meningkatkan kinerja manajerial yang lebih baik. Di dalam sistem informasi, *broad scope* (lingkup luas) mengacu kepada dimensi fokus, kuantifikasi dan horizon waktu. Lingkup sistem informasi akuntansi manajemen yang luas memberikan informasi yang berhubungan dengan lingkungan eksternal yang mungkin bersifat ekonomi seperti *Gross National Product* (GNP), total penjualan pasar dan pangsa pasar suatu industri atau mungkin bersifat non ekonomi seperti faktor demografi, citra rasa konsumen, tindakan pesaing dan perkembangan teknologi. Lingkup sistem informasi akuntansi manajemen yang luas mencakup ukuran non moneter terhadap karakteristik lingkungan ekstern. Disamping itu, lingkup sistem informasi akuntansi manajemen yang luas akan memberikan estimasi tentang kemungkinan terjadinya peristiwa dimasa yang akan datang didalam ukuran profitabilitas.

b. Strategi Bisnis (Z_2)

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan definisi yang dikemukakan oleh Rachmat (2014: 31) adalah sebagai berikut:

“Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang cara perusahaan mencapai misi dan tujuannya. Strategi memaksimalkan keunggulan komprehensif dan meminimalkan kemampuan bersaing.”

Adapun dimensi yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini adalah strategi bisnis menurut Miles Snow dalam Fanny Paylosa (2014), yaitu:

1. Strategi penggagas (*prospector*)

Perusahaan yang menggunakan tipe trategi penggagas (*prospector*) adalah perusahaan yang secara terus menerus mencari peluang-peluang pasar baru dengan berkompetisi melalui produk baru dan *market development* serta bereksperimen dengan melakukan respon-respon potensial terhadap kecenderungan lingkungan yang timbul, sehingga kompetitornya harus senantiasa merespon. Perusahaan yang bertipe *prospector* lebih menekankan pada fleksibilitas teknologi, derajat

rutinitas dan derajat mekanisasi dalam berbagai aktivitas operasionalnya. Sehingga memiliki kecenderungan untuk menerapkan desain strategi kompetitif yang agresif dengan tujuan agar tetap menjadi pioner dalam produk dan segmen pasar tertentu.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator yang akan menjadi bahan penyusunan instrumen kuesioner.

Sesuai dengan judul skripsi yang dipilih yaitu “Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Kinerja Unit Bisnis Strategis Dengan Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen *Broadscope* Dan Strategi Bisnis Sebagai Pemoderasi” terdapat empat variabel yaitu:

1. Ketidakpastian Lingkungan sebagai variabel independen / bebas (X)
2. Kinerja Unit Bisnis Strategis sebagai variabel dependen/terikat (Y)
3. Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen *Broadscope* sebagai variabel *moderating* (Z_1)
4. Strategi Bisnis sebagai variabel *moderating* (Z_2)

Dibawah ini adalah operasionalisasi variabel penelitian sebagai berikut:

Variabel Independen	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
Ketidakpastian Lingkungan (X)	Ketidakpastian lingkungan merupakan keadaan dimana organisasi (atau pimpinannya) tidak mempunyai informasi yang cukup mengenai keadaan lingkungannya, sehingga akan menyebabkan timbulnya kesulitan dalam memperkirakan perubahan-perubahan lingkungan yang akan terjadi, ketidakpastian ini menyebabkan tindakan-tindakan yang akan diambil oleh organisasi mempunyai risiko kegagalan yang tinggi. Akhmad dan M. Jauhar (2013:187)	1. Lingkungan Spesifik	a. Pelanggan	Ordinal	1 – 2
			b. Pemasok	Ordinal	3 – 4
			c. Pesaing	Ordinal	5 – 6
			d. Kelompok kepentingan masyarakat	Ordinal	7 – 8
		2. Lingkungan Umum	a. Kondisi Ekonomi	Ordinal	9 - 10
			b. Politik/hukum	Ordinal	11 - 12
			c. Sosial Budaya	Ordinal	13 - 14
			d. Demografis	Ordinal	15 - 16
			e. Teknologi	Ordinal	17– 18
		Sumber Stephen dan Mary yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2010)			

Tabel 3.1 Operasional Variabel Ketidakpastian Lingkungan

Tabel 3.2 Operasional Variabel Kinerja Unit Bisnis Strategis

Variabel Dependen	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Item Pertanyaan		
Kinerja Unit Bisnis Strategis (Y)	Sebuah hasil (output) dari proses tertentu yang dilakukan oleh seluruh komponen organisasi terhadap sumber tertentu yang digunakan (input). Kinerja juga merupakan hasil serangkaian proses kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu organisasi. (Rachmat 2014:46)	1. Perspektif Keuangan	a. Tahap Pertumbuhan	Ordinal	19 – 20		
			b. Tahap Bertahan	Ordinal	21 - 22		
			c. Tahap Panen	Ordinal	23 – 24		
		2. Perspektif Pelanggan	a. Customer Care Measurement	Ordinal	25 – 26		
			b. Customer Value Proposition	Ordinal	27 – 28		
		3. Perspektif Bisnis Internal	a. Inovasi penelitian dan pengembangan produk	Ordinal	29– 30		
			b. Proses Operasi	Ordinal	31 – 32		
			c. Layanan Purnan Jual	Ordinal	33– 34		
		4. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan	a. Kemampuan Pegawai	Ordinal	35 – 36		
			b. Kemampuan Sistem Informasi	Ordinal	37–38		
			c. Motivasi yang diberikan kepada pegawai	Ordinal	39 – 40		
		Sumber Anwar Prabu (2010)					

Variabel Moderating	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen <i>BroadScope</i> (Z_1)	Sistem informasi akuntansi manajemen (<i>management accounting information system</i>) adalah sistem informasi yang mentransformasikan <i>input</i> dengan menggunakan proses untuk menghasilkan <i>output</i> yang dibutuhkan untuk mendukung pengambilan keputusan. Proses ini dapat dideskripsikan melalui berbagai kegiatan seperti proses identifikasi, pengukuran, akumulasi, analisis dan pelaporan informasi. Keluaran mencakup berbagai laporan seperti laporan biaya aktivitas, harga pokok produk, laporan pembelian, laporan pemakaian bahan, laporan jam kerja. Siregar et al, (2013:5) Menurut Farika Nuranisa (2015) <i>Broad scope</i> merupakan Informasi yang mencakup mengenai permasalahan perusahaan yang akan mampu membantu para manajer menghasilkan kebijakan yang lebih efektif sehingga hasilnya diharapkan dapat meningkatkan kinerja manajerial yang lebih baik. <i>broad scope</i> (lingkup luas) mengacu kepada dimensi fokus, kuantifikasi dan horizon waktu.	<i>Broadscope</i> (Lingkup Luas)	a. Lingkup informasi yang luas	Ordinal	41 -42
			b. Lengkap meliputi aspek ekonomi dan aspek non-ekonomi	Ordinal	43 – 44
			c. Waktu estimasi peristiwa yang akan terjadi dimasa yang akan datang	Ordinal	45 – 46
Sumber Farika Nuranisa (2015)					

Tabel 3.3 Operasional Variabel Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen *Broadscope*

Variabel Moderating	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
Strategi Bisnis (Z_2)	Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang cara perusahaan mencapai misi dan tujuannya. Strategi memaksimalkan keunggulan komprehensif dan meminimalkan kemampuan bersaing. Rachmat (2014: 31)	<i>Strategy Prospector</i> (Penggagas)	a. Mencari peluang pasar baru	Ordinal	47- 48
			b. Berkompetisi melalui produk baru	Ordinal	49 – 50
			c. Berorientasi terhadap pengembangan pasar	Ordinal	51– 52
Sumber Miles dan Snow dalam Sujoko Efferin (2010)					

Tabel 3.4 Operasional Variabel Strategi Bisnis

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2015:80).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT Astra Internasional Tbk - Auto2000 *General Repair* Cabang Bandung yang berjumlah 7 kantor. Untuk lebih jelasnya dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.5 Tabel Populasi

No.	Cabang	Alamat	Kota
1.	Auto2000 Cabang Setiabudi	Jl. Dr. Setiabudi No. 68	Bandung
2.	Auto2000 Cabang Pasteur	Jl. Dr. Djunjunan NO. 192	Bandung
3.	Auto2000 Cabang Asia Afrika	Jl. Asia Afrika No. 125	Bandung
4.	Auto2000 Cabang Suci	Jl. PHH Mustofa No. 6	Bandung
5.	Auto2000 Cabang Soekarno – Hatta	Jl. Soekarno-Hatta No. 145	Bandung
6.	Auto2000 Cabang Cibiru	Jl. Soekarno Hatta No. 759	Bandung
7.	Auto2000 Cabang Rancaekek	Jl. Arteri Primer	Bandung
Total Populasi			7 Kantor

3.3.2 Sampel

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). (Sugiyono, 2015:81).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah hanya 7 kantor PT Astra Internasional Tbk - Auto2000 *General Repair* Cabang Bandung. Karena 7 kantor tersebut memiliki operasional pekerjaan yang sama. Untuk lebih jelasnya dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.6 Tabel Sampel

No.	Cabang	Alamat	Kota
1.	Auto2000 Cabang Setiabudi	Jl. Dr. Setiabudi No. 68	Bandung
2.	Auto2000 Cabang Pasteur	Jl. Dr. Djunjunan No. 192	Bandung
3.	Auto2000 Cabang Asia Afrika	Jl. Asia Afrika No. 125	Bandung
4.	Auto2000 Cabang Suci	Jl. PHH Mustofa No. 6	Bandung
5.	Auto2000 Cabang Soekarno – Hatta	Jl. Soekarno-Hatta No. 145	Bandung
6.	Auto2000 Cabang Cibiru	Jl. Soekarno Hatta No. 759	Bandung
7.	Auto2000 Cabang Rancaekek	Jl. Arteri Primer	Bandung
Total Sampel			7 Kantor

Serta yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu kepalabagian di PT. Astra Internasional Tbk. – Auto2000 Cabang Bandung yang mencakup Kepala Cabang, Kepala Bengkel, Kepala Administrasi dan Sales Supervisor yang berjumlah 35 orang. Untuk lebih jelasnya dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.7Tabel Responden

No.	Cabang	Deskripsi Bagian	Jumlah
1.	Setiabudi	Kepala Cabang	1 orang
		Kepala Administrasi	1 orang
		Kepala Bengkel	1 orang
		Sales Supervisor	2 orang
2.	Pasteur	Kepala Cabang	1 orang
		Kepala Administrasi	1 orang
		Kepala Bengkel	1 orang
		Sales Supervisor	2 orang

3.	Asia Afrika	Kepala Cabang	1 orang
		Kepala Administrasi	1 orang
		Kepala Bengkel	1 orang
		Sales Supervisor	2 orang
4.	Suci	Kepala Cabang	1 orang
		Kepala Administrasi	1 orang
		Kepala Bengkel	1 orang
		Sales Supervisor	2 orang
5.	Soekarno-Hatta	Kepala Cabang	1 orang
		Kepala Administrasi	1 orang
		Kepala Bengkel	1 orang
		Sales Supervisor	2 orang
6.	Cibiru	Kepala Cabang	1 orang
		Kepala Administrasi	1 orang
		Kepala Bengkel	1 orang
		Sales Supervisor	2 orang
7.	Rancaekek	Kepala Cabang	1 orang
		Kepala Administrasi	1 orang
		Kepala Bengkel	1 orang
		Sales Supervisor	2 orang
Total Responden			35 orang

3.3.3 Teknik Pengambilan Sample

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. (Sugiyono, 2015:81)

Menurut Sugiyono (2015:82) terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan, yaitu:

1. *Probability Sampling*
Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi: *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disprortionate stratified random sampling*, dan *sampling area (cluster)*.
2. *Non Probability Sampling*

Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi: sampling sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh dan *snowball*.

Dalam penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan yaitu *Non Probability Sampling*. Sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sampling jenuh. Sampling jenuh menurut Sugiyono (2015:84) adalah:

“Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang.”

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan teknik Sampling jenuh adalah karena semua populasi yang digunakan sebanyak 7 kantor dijadikan sebagai sampel.

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, 2015:3). Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer merupakan data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer, yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti

yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Data primer tersebut dari hasil pengumpulan data berupa kuesioner kepada responden pada Auto2000 Cabang Bandung yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai objek penelitian.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015:401) pengertian teknik pengumpulan data adalah:

“...langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.”

Adapun cara-cara untuk memperoleh data dan informasi dalam penelitian ini, penelitian melakukan pengumpulan data dan dilengkapi oleh keterangan melalui Penelitian Lapangan (*Field Research*).

Penelitian Lapangan merupakan cara untuk memperoleh data primer yang secara langsung melibatkan pihak responden yang dijadikan sampel dalam penelitian. Metode penelitian lapangan yang digunakan peneliti adalah kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuisisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan terbesar di wilayah yang luas. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan

atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2015:199).

Kuesioner ini akan dibagikan kepada responden yaitu KepalaBagian di PT. Astra Internasional Tbk. – *Auto2000 General Repair* Cabang Bandung yang mencakup Kepala Cabang, Kepala Bengkel, Kepala Administrasi dan Sales Supervisor yang dijadikan sampel dalam penelitian dan hasilnya akan dianalisis dengan menggunakan analisis statistik.

3.5 Metode analisis

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, metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:206) analisis deskriptif yaitu:

“... 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 menentukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya dapat dipergunakan. Penulis melakukan pengumpulan

data dengan cara menyebarkan kuesioner, dimana yang diteliti adalah sampel yang telah ditentukan sebelumnya.

Dalam kegiatan menganalisis data langkah-langkah yang dilakukan penulis adalah 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 Kepala Cabang, Kepala Bengkel, Kepala Administrasi dan Sales Supervisor. 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 variabel ketidakpastian lingkungan, kinerja unit bisnis strategis, karakteristik sistem informasi akuntansi manajemen *broadscope* dan strategi bisnis 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 rumusan sebagai berikut:

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

Dimana:

Me = Mean (rata-rata)

Σ = Jumlah

n = Jumlah responden

xi = 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 Reliabilitas atas pertanyaan atas kuesioner yang akan diberikan kepada responden agar kuesioner yang diberikan tepat untuk menggambarkan variabel-variabel yang diteliti.

- a. Pengujian Validitas Instrumen

Maksud dari uji validitas adalah suatu data yang dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Menurut Sugiyono (2015:172) 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.”

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 pertanyaan, jika skor setiap item pertanyaan 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 (2015:178) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Jika $r \geq 0,30$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid
2. 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:

Dimana:

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

r_{hitung} = Koefisien Korelasi

$\sum Yi$ = Jumlah Skor Total (seluruh item)

$\sum Xi$ = Jumlah Skotr Item

n = Jumlah Responden

Apabila koefisien 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 dihilangkan dari pengukuran variabel.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2015:175) 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:

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

Keterangan:

A = Koefisien Reliabilitas

K = Jumlah item reliabilitas

r = rata-rata korelasi antar item

1 = Bilangan Konstan

5. Membagikan daftar kuesioner

Peneliti membagikan daftar kuesioner kepada bagian-bagian yang telah ditetapkan, dengan tujuan untuk mendapatkan keakuratan-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 atau 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 tabel.

Tabel 3.8 Bobot Penilaian Kuesioner Pertanyaan Positif

No	Pilihan Jawaban	Skor
1.	Selalu/Sangat setuju	5
2.	Sering / Setuju	4
3.	Kadang-kadang / Netral	3
4.	Jarang / Tidak Setuju	2
5.	Tidak Pernah / Sangat Tidak Setuju	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 dinyatakan pada kuesioner. Untuk kriteria dimensi dengan 18 pertanyaan maka diperoleh kriteria sebagai berikut:

$$\text{Nilai tertinggi} \quad 35 \times 18 \times 5 = 3.150$$

$$\text{Nilai terendah} \quad 35 \times 18 \times 1 = 630$$

$$\text{Interval} \quad \frac{3.150-630}{5} = 504$$

Tabel 3.9 Kriteria Dimensi dengan 18 Pertanyaan

Rentang Nilai	Ketidakpastian Lingkungan (X)	Kinerja Unit Bisnis Strategis (Y)	Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen <i>Broadscope</i> (Z₁)	Strategi Bisnis (Z₂)
630 – 1.134	Sangat Tidak Pasti	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak memadai	Sangat Tidak memadai
1.135 – 1.638	Kurang Pasti	Kurang Baik	Kurang Memadai	Kurang Memadai
1.639 – 2.142	Cukup Pasti	Cukup Baik	Cukup Memadai	Cukup Memadai
2.143 – 2.646	Pasti	Baik	Memadai	Memadai
2.647 – 3.150	Sangat Pasti	Sangat Baik	Sangat Memadai	Sangat Memadai

Untuk kriteria dimensi dengan 22 pertanyaan maka diperoleh kriterianya sebagai berikut:

$$\text{Nilai tertinggi} \quad 35 \times 22 \times 5 = 3.850$$

$$\text{Nilai terendah} \quad 35 \times 22 \times 1 = 770$$

$$\text{Interval} \quad \frac{3.850-770}{5} = 616$$

Tabel 3.10 Kriteria Dimensi dengan 22 Pertanyaan

Rentang Nilai	Ketidakpastian Lingkungan (X)	Kinerja Unit Bisnis Strategis (Y)	Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen <i>Broadscope</i> (Z ₁)	Strategi Bisnis (Z ₂)
770 – 1.386	Sangat Tidak Pasti	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak memadai	Sangat Tidak memadai
1.387 – 2.002	Kurang Pasti	Kurang Baik	Kurang Memadai	Kurang Memadai
2.003 – 2.618	Cukup Pasti	Cukup Baik	Cukup Memadai	Cukup Memadai
2.619 – 3.234	Pasti	Baik	Memadai	Memadai
3.235 – 3.850	Sangat Pasti	Sangat Baik	Sangat Memadai	Sangat Memadai

Untuk kriteria dimensi dengan 6 pertanyaan maka diperoleh kriterianya sebagai berikut:

$$\text{Nilai tertinggi} \quad 35 \times 6 \times 5 = 1.050$$

$$\text{Nilai terendah} \quad 35 \times 6 \times 1 = 210$$

$$\text{Interval} \quad \frac{1.050-210}{5} = 224$$

Tabel 3.11 Kriteria Dimensi dengan 6 Pertanyaan

Rentang Nilai	Ketidakpastian Lingkungan (X)	Kinerja Unit Bisnis Strategis (Y)	Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen <i>Broadscope</i> (Z ₁)	Strategi Bisnis (Z ₂)
630 – 1.134	Sangat Tidak Pasti	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak memadai	Sangat Tidak memadai
1.135 – 1.638	Kurang Pasti	Kurang Baik	Kurang Memadai	Kurang Memadai
1.639 – 2.142	Cukup Pasti	Cukup Baik	Cukup Memadai	Cukup Memadai
2.143 – 2.646	Pasti	Baik	Memadai	Memadai
2.647 – 3.150	Sangat Pasti	Sangat Baik	Sangat Memadai	Sangat Memadai

Untuk kriteria dimensi dengan 6 pertanyaan maka diperoleh kriterianya sebagai berikut:

$$\text{Nilai tertinggi} \quad 35 \times 6 \times 5 = 1.050$$

$$\text{Nilai terendah} \quad 35 \times 6 \times 1 = 210$$

$$\text{Interval} \quad \frac{1.050 - 210}{5} = 224$$

Tabel 3.12 Kriteria Dimensi dengan 6 Pertanyaan

Rentang Nilai	Ketidakpastian Lingkungan (X)	Kinerja Unit Bisnis Strategis (Y)	Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen <i>Broadscope</i> (Z₁)	Strategi Bisnis (Z₂)
210 – 378	Sangat Tidak Pasti	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak memadai	Sangat Tidak memadai
379 – 546	Kurang Pasti	Kurang Baik	Kurang Memadai	Kurang Memadai
547 – 714	Cukup Pasti	Cukup Baik	Cukup Memadai	Cukup Memadai
715 – 882	Pasti	Baik	Memadai	Memadai
883 – 1.050	Sangat Pasti	Sangat Baik	Sangat Memadai	Sangat Memadai

10. Membuat kesimpulan setiap variabel.

3.5.2 Metode Transformasi Data

Sebelum melakukan kegiatan analisis korelasi, dan regresi, penelitian yang menggunakan skala ordinal perlu diubah terlebih dahulu ke skala interval 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 proposi kumulatif.
- e. Menghitung *Scala Value* (SV) untuk masing-masing responden dengan rumus:

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

- 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:

$$Y = Svi + [SVmin]$$

- g. Menghitung *score* (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Transormasi Scale Value} = \text{Scale Value} + (1 + \text{Scale Value Minimum})$$

3.5.3 Analisis Regresi Linier

Analisis regresi merupakan suatu metode untuk menentukan hubungan sebab akibat antara suatu variabel dengan variabel lainnya. Analisis regredi dipakai secara luas untuk menentukan prediksi dan ramalan. Analisis ini juga digunakna untuk memahami variabel bebas mana saja yang berhubungan dengan variabel terkait dan untuk mengetahui bentuk-bentuk hubungan tersebut.

Dalam penelitian ini digunakan dua buah model analisis regresi berganda, yaitu analisis regresi berganda (*Multiple Regression*) dan analisis regresi moderat (*Moderated Regression Analysis*).

a. Analisis Regresi Sederhana

Sugiyono (2015:247) menjelaskan bahwa analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Penggunaan analisis regresi sederhana (*Single Regression*) dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh keberadaan variabel independen terhadap variabel dependen tanpa melibatkan variabel moderasi yang mempengaruhi hubungan variabel independen dengan dependen. Berikut merupakan persamaan umum analisis regresi linier sederhana (*Single Regression*), yaitu:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksi

a = Konstanta atau bila harga $X = 0$

b = Koefisien Regresi

X = Nilai variabel independen

b. Analisis Regresi Moderat (*Moderated Regression Analysis*)

Uji interaksi atau sering disebut dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linier dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi antara satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel

moderating mempengaruhi hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen.

Untuk menguji pengaruh ketidakpastian lingkungan (X) terhadap kinerja unit bisnis strategis (Y) yang dimoderasi oleh karakteristik sistem informasi akuntansi manajemen *broadscope* (Z₁) dan strategi bisnis (Z₂) digunakan *Moderated Regression Analysis*. *Moderated Regression Analysis* dinyatakan dalam bentuk regresi berganda dengan persamaan mirip regresi polinomial yang menggambarkan pengaruh nonlinier (Hair 2010:176). *Moderated Regression Analysis* dinyatakan dalam bentuk model persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 [(X_1 \cdot X_2)] + \beta_3 [(X_1 \cdot X_3)] + e$$

Keterangan:

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

Y = Kinerja Unit Bisnis Strategis

X₁ = Ketidakpastian Lingkungan

X₂ = Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Broadscope

X₃ = Strategi Bisnis

e = *error term*, yaitu tingkat kesalahan dalam penelitian

3.5.4 Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan salah satu teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat kuantitatif. Dalam penelitian ini digunakan analisis korelasi parsial.

Analisis korelasi parsial ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan atau korelasi antara variabel independen dan dependen. Pengukuran keeratan hubungan antara variabel independen dan dependen digunakan korelasi *Product Moment (Pearson)* untuk menguji hubungan asosiatif atau bila data berbentuk interval atau rasio. Penentuan koefisien korelasi dengan menggunakan metode analisis korelasi *Pearson Product Moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \cdot (\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2) \cdot (n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi *product moment*

x = variabel independen (variabel bebas)

y = variabel dependen (variabel terikat)

n = jumlah responden (sampel)

$\sum xy$ = jumlah perkalian variabel bebas dan variabel terikat

Koefisien korelasi menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen (x) dan variabel dependen (y). nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ($-1 \leq r \leq +1$). Hasil perhitungan akan memberikan tiga alternative yaitu:

1. Apabila r mendekati positif (+) berarti variabel X mempunyai pengaruh yang kuat dan positif terhadap perkembangan variabel Y.
2. Apabila nilai r negatif (-) berarti variabel X mempunyai pengaruh yang kuat dan negatif terhadap perkembangan variabel Y.
3. Apabila nilai r mendekati (0) maka variabel X kurang mempengaruhi perkembangan variabel Y, hal ini berarti bahwa bertambah atau berkurangnya variabel X tidak mempengaruhi variabel Y.

Sedangkan bahan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

Tabel 3.13 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	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

Sumber: Sugiyono (2015:250)

3.5.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Setelah korelasi dihitung dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien Determinasi. Koefisien Determinasi (R^2) ini digunakan untuk mengetahui persentase variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Jika koefisien determinasi (R^2) = 1, artinya variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi menurut

Wiratna Sujarweni (2012:188) ini dinyatakan dalam rumus persentase (%) dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

R = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

3.5.6 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 (2015:93) hipotesis adalah: “jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.”

Uji hipotesis penelitian dilakukan dengan uji signifikan *non-parameter* (uji statistik t) untuk mengetahui peran variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (parsial). Peran 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 sebaliknya 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:
 - a. Interval keyakinan $\alpha = 0,05$
 - b. Derajat kebebasan = $n-k-1$
 - c. Kaidah keputusan : Tolak H_0 (terima H_a), jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

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

$H_a : \beta_1 = 0$ Terdapat pengaruh ketidakpastian lingkungan terhadap kinerja unit bisnis strategis.

$H_0 : \beta_1 \neq 0$ Tidak terdapat pengaruh ketidakpastian lingkungan terhadap kinerja unit bisnis strategis.

$H_a : \beta_2 = 0$ Terdapat pengaruh ketidakpastian lingkungan terhadap kinerja unit bisnis strategis dengan karakteristik sistem informasi akuntansi manajemen *broadscope* sebagai pemoderasi.

Ho : $\beta_2 \neq 0$ Tidak terdapat pengaruh ketidakpastian lingkungan terhadap kinerja unit bisnis strategis dengan karakteristik sistem informasi akuntansi manajemen *broadscope* sebagai pemoderasi.

Ha : $\beta_3 = 0$ Terdapat pengaruh ketidakpastian lingkungan terhadap kinerja unit bisnis strategis dengan strategi bisnis sebagai pemoderasi.

Ho : $\beta_3 \neq 0$ Tidak terdapat pengaruh ketidakpastian lingkungan terhadap kinerja unit bisnis strategis dengan strategi bisnis sebagai pemoderasi.

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