

**PENGARUH SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUASAN
KLIEN PENGGUNA JASA AKUNTAN (STUDI
EMPIRIS PADA KANTOR JASA AKUNTAN
TERAMPIL DI KOTA GORONTALO)**

Oleh :

RENALDI LIMBERD

E11.16.018

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian

Guna Memperoleh Gelar Sarjana



PROGRAM SARJANA

UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO

GORONTALO

2020

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS SISTEM AKUNTANSI DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUASAN KLIEN DI KOTA GORONTALO

(Studi Empiris Pada Kantor Jasa Administrasi Keuangan Terampil)

Oleh

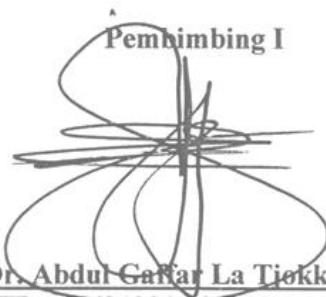
REYNALDY LIMBERT

E.11.16.018

SKRIPSI

Telah disetujui oleh Pembimbing
Pada tanggal 24 Februari 2020

Pembimbing I



Dr. Abdul Gaffar La Tjokke, M.Si
NIP : 19621231 198703 1 029

Pembimbing II



Rusdi Abdul Karim, SE, M.Ak
NIDN : 09 020864 02

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS SISTEM INFORMASI DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUASAN KLIEN PADA KANTOR ADMINISTRASI KEUANGAN TERAMPIL KOTA GORONTALO

**OLEH
REYNALDY LIMBERT
E.11.16.018**

**Telah Memenuhi Syarat dan Dipertahankan Pada Komisi Ujian Skripsi
Pada Tanggal :**

Komisi Penguji :

- 1. Abdul Gaffar La Tjokke, M.Si :**
- 2. Rusdi Abdul Karim, SE, M. Ak :**
- 3. Rahma Rizal, SE. Ak., M. Si :**
- 4. Dr. Arifin, SE., M. Si :**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Akuntansi

Dr. Ariawan, S.Psi., Se., MM

Rahma Rizal, Se. Ak., M. Si

Tanggal Lulus :

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun di perguruan tinggi lain
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan dari tim pembimbing
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di perguruan tinggi ini

Gorontalo, 2020
Yang membuat pernyataan

Reynaldy Limbert
E1116018

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Takut akan Tuhan adalah permulaan pengetahuan, tetapi orang bodoh menghina hikmat dan didikan.

(Amsal 1:7)

“Serahkanlah hidupmu kepada TUHAN dan percayalah kepada-Nya, dan Ia akan bertindak”

(Mazmur 37:5)

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya penjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena kemurahan Tuhan saja saya dapat menyelesaikan skripsi ini sampai selesai

Terima kasih saya ucapkan kepada Ibu saya tercinta, Fonny Waworuntu yang telah mendidik, membesarkan dan terus memberikan motivasi kepada saya agar dapat mengerjakan skripsi ini sampai selesai.

Tak lupa saya juga berterima kasih kepada Bapak Janny Tumewu dan Ibu Joni Lianawati yang telah banyak membantu memberikan dukungan moril dan materil kepada saya sehingga saya mampu menyelesaikan studi saya

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang maha ESA, yang telah memberikan nikmat kesehatan dan keafiatan kepada penulis, sehingga penulis dapat merampungkan usulan penelitian ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat ujian, guna untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Ichsan Gorontalo. Usulan penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran dan penjelasan yang menyeluruh dan mendalam mengenai **“Pengaruh Kualitas Sistem Akuntansi dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Klien (Studi Pada Kantor Jasa Administrasi Keuangan Terampil) Di Kota Gorontalo”**. Untuk itu perkenankan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada masing-masing :

Orang tua yang selama ini telah merawat, membesarkan, mendidik dan memberikan segala doa yang terbaik sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian ini. Bapak Muhammad Ichsan Gaffar, SE, M.Ak, selaku Ketua Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Universitas Ichsan Gorontalo. Bapak Dr. Abdul Gafar Latjoke, M.Si, selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo sekaligus Pembimbing I yang telah banyak berkontribusi atas penyusunan penelitian ini. Bapak Dr. Ariawan, SE., S.Psi M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Ichsan Gorontalo. Ibu Rahma Rizal, SE., M.Ak selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Ichsan Gorontalo Bapak Rusdi Abdul Karim SE, M.Ak selaku Pembimbing II yang dengan setia dan sabar telah membimbing penulis selama mengerjakan usulan penelitian ini.

Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembahas demi kesempurnaan usulan penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Semoga bantuan dorongan dan doa yang penulis terima dari semua pihak dapat menjadi petunjuk ke arah masa depan yang lebih baik, dan semoga hasil penelitian ini dapat berguna bagi kita semua.

Gorontalo, September 2019

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengukur seberapa besar pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Klien yang dilakukan pada Kantor Jasa Akuntan Trampil berlokasi di Kota Gorontalo.

Metode penelitian yang dipakai adalah metode penelitian kuantitatif dengan mengambil populasi dan sampel penelitian agar dapat menarik data penelitian melalui instrumen kuisioner maupun observasi dan wawancara langsung.

Hasil penelitian menyatakan bahwa Kualitas Sistem Informasi Akuntansi dan Kualitas Informasi memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Klien, baik itu berpengaruh secara simultan maupun secara parsial. Berdasarkan data hasil penelitian, Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X1) secara parsial memiliki pengaruh sebesar 0,593 terhadap Kepuasan Klien (Y) sedangkan Kualitas Informasi (X2) memiliki pengaruh parsial sebesar 0,337 terhadap Kepuasan Klien (Y) dan sisanya adalah pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Maksud Penelitian.....	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti	10
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1. Pengertian Sistem	11
2.1.2. Pengertian Sistem Informasi Akuntansi	11
2.1.3 Model Keprilakuan dalam <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	13
2.1.4. Kualitas Sistem Informasi	15
2.1.5. Kualitas Informasi	17
2.1.6 Pengertian Kepuasan	21
2.1.7 Konsep Kepuasan	28
2.1.8 Indikator Kepuasan.....	34

2.2 Kerangka Pemikiran.....	35
2.3 Hipotesis.....	36
BAB III OBYEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Obyek Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian	37
3.2.1 Metode Yang Digunakan.....	37
3.2.2 Desain Penelitian	38
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	38
3.2.3 Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.2.4 Jenis dan Sumber Data	43
3.2.5 Metode Analisis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	52
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	53
4.1.3 Tanggung Jawab Struktural Perusahaan.....	54
4.2. Deskriptif Karakteristik Responden.....	55
4.3 Statistik Deskriptif	56
4.4 Hasil Penelitian	61
4.4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	62
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
4.5 Analisis Data Statistik.....	69
4.6 Pengujian Hipotesis.....	71
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
4.7.1 Kualitas sistem informasi akuntansi dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen.....	73
4.7.2 Kualitas Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan klien	75
4.7.3 Kualitas Informasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan klien	76
BAB V	
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	77
Daftar Pustaka.....	78

LAMPIRAN.....	81
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Klien Terdaftar Kantor Administrasi Keuangan Trampil	3
Tabel 3. 1 Data Klien Terdaftar Kantor Administrasi Keuangan Trampil	42
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Umur	56
Tabel 4. 3 Skala Penelitian Jawaban Responden	57
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Informasi (X2).....	59
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Klien (Y).....	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X1).....	62
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Informasi (X2)	63
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Klien (Y). 63	
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterokedastitas	68
Tabel 4. 12 Tabel Hasil Uji Autokorelasi	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	33
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	38
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan	53
Gambar 4. 2 <i>p – plot reggression</i>	65
Gambar 4. 3 Uji Heterokedastitas	68
Gambar 4. 4 Hasil Hubungan Antara X Terhadap Y	71

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Klien Terdaftar Kantor Administrasi Keuangan Trampil	88
Kuisisioner Penelitian	92
Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X1)	94
Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Informasi (X2)	96
Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Klien (Y)	98
Uji Hipotesis	100
Surat Bebas Plagiasi	105
Surat Rekomendasi Penelitian	106
Hasil Uji Plagiasi	108

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang begitu pesat memberikan dampak yang signifikan bagi berbagai bidang kehidupan termasuk kehidupan bisnis perusahaan. Kegiatan operasional perusahaan dewasa ini baik itu perusahaan kecil maupun besar, berkembang menjadi lebih baik dengan bantuan dari teknologi (Kooser Amanda, 2010). Birley Peter (2012) menyatakan bahwa di era ini kita perlu melakukan lebih banyak untuk mempertahankan bisnis dan pada saat yang sama meningkatkan klien atau pelanggan, teknologi dalam hal ini dapat membantu perusahaan melakukan hal tersebut dengan memadukan teknologi dan sistem informasi.

Terdapat enam alasan mengapa sistem informasi perusahaan begitu penting dewasa ini. Keenam alasan tersebut antara lain adalah keunggulan operasional produk baru, jasa, dan model bisnis; hubungan pelanggan dan pemasok; peningkatan dalam pengambilan keputusan; keunggulan kompetitif; dan kelangsungan hidup perusahaan (Laudon & Laudon, 2007). Dilihat dari sudut pandang akuntansi, sistem informasi akuntansi yang berbasis teknologi akan mempercepat proses akuntansi dari mulai pencatatan hingga penyajian laporan keuangan.

Siklus akuntansi yang bersifat manual dan repetitif diotomatisasi setelah teknologi mulai memasuki proses pencatatan finansial perusahaan

Karena perannya yang begitu penting, maka banyak perusahaan yang melakukan investasi untuk memiliki sistem informasi yang baik. Bisnis Amerika dan dunia saat ini sudah tidak biasa lagi. Bisnis Amerika menghabiskan \$1.8 triliun untuk sistem informasi yang meliputi peranti keras, peranti lunak, serta perlengkapan telekomunikasi dalam tahun 2006 (Laudon & Laudon, 2007). Di Indonesia pun menurut Setiyadi (2008) hampir semua perusahaan Indonesia yang beraset lebih dari lima ratus juta rupiah sudah menggunakan komputer untuk mendukung operasional sehari-hari. Artinya bahwa di Indonesia pun, perusahaan melakukan investasi untuk sistem informasi dengan harapan bahwa sistem informasi tersebut dapat memperlancar kegiatan operasional perusahaan.

Organisasi memiliki alternatif untuk memilih antara program sistem informasi akuntansi yang dijual dalam paket yang sudah jadi atau dapat memesan khusus sesuai dengan karakteristik perusahaan .

Organisasi pun dapat memilih sistem informasi yang terkotak-kotak/ flat-line (setiap fungsi perusahaan memiliki sistem informasi perusahaan yang terpisah) atau sistem informasi yang terintegrasi seluruhnya (setiap fungsi perusahaan memiliki sistem informasi yang saling terhubung satu sama lain) (Laudon & Laudon, 2007).

Kantor Administrasi Trampil adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa akuntansi dan administrasi keuangan yang meliputi: konsultasi administrasi perpajakan, jasa pembukuan atau pencatatan, dan valuasi aset. Kantor yang telah berdiri sejak tahun 2006 ini memiliki 17 orang karyawan yang terdiri atas 7 orang akuntan, 6 orang dibidang administrasi perpajakan, 3 orang supervisor dan 2 orang manajer.

Tabel 1. 1
Data jumlah klien terdaftar di Kantor Administrasi Terampil

No	Tahun	Jumlah Klien
1	2016	71
2	2017	65
3	2018	63

Sumber : Kantor Administrasi Terampil 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat jumlah klien atau pengguna jasa yang terdaftar di Kantor Administrasi terampil selama tahun 2016 sampai tahun 2018 mengalami penurunan selama tiga tahun belakangan. Menurut hasil evaluasi tahunan oleh pihak kantor, salah satu yang menjadi faktor krusial penyebab menurunnya kuantitas klien pada kantor ini adalah prosedur sistem yang rumit

Sejak tahun 2014, Kantor Administrasi menjadikan program *Mind Your Own Business* (MYOB) sebagai sistem akuntansi andalan dalam memproses data atau informasi yang bersifat finansial untuk melaporkan kembali kepada klien atau

pengguna jasa informasi keuangan yang telah diikhtisarkan. Namun seiring waktu berjalan, Program *Mind Your Own Business* (MYOB) dirasa terlalu kompleks dan memakan waktu yang lama. Selain itu sistem MYOB juga memiliki fitur yang lebih terspesialisasi pada perusahaan industri dan dagang. Dilain sisi Kantor Administrasi Trampil memiliki klien yang terdistribusi dari beberapa segment seperti perusahaan industri, perusahaan dagang, perusahaan jasa, bahkan sampai orang pribadi. Selain itu harga dari sebuah program MYOB yang hanya bisa dipakai untuk satu komputer klien saja cukup mahal. Hal ini dapat berdampak pada menurunnya efisiensi operasional perusahaan. Kompleksitas sistem dan beberapa faktor yang telah dikemukakan diatas, memaksa Kantor Administrasi untuk melakukan inovasi terhadap sistem yang digunakan untuk menjaga kepuasan pelanggan.

Menurut Lupyoadi (2001), jumlah kuantitas pelanggan menjadi parameter yang paling akurat dalam melihat kepuasan pemakai produk (barang/jasa) Kepuasan pengguna jasa / klien menjadi salah satu faktor krusial dalam persaingan bisnis. Tercapainya kepuasan pengguna jasa / klien dapat mengakibatkan timbulnya loyalitas pengguna jasa yang dapat berdampak pada jumlah klien terdaftar yang bersifat stagnan atau bahkan mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun.

Kotler (2006:177) menyatakan bahwa Kepuasan (Satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja

melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler 2006:177). Jadi kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74). “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai.

Dalam hal pemenuhan kepuasan pelanggan pada era digital, terdapat sebuah cara yang mampu membuat prosedur pelayanan menjadi lebih singkat, cepat, efektif dan efisien sehingga berpengaruh pada kepuasan pelanggan. (Birley Peter 2012). Cara itu adalah dengan melakukan simplifikasi dan sistem. Simplifikasi sistem yang dilakukan mampu memperpendek alur prosedural informasi dan media pengolahan data sehingga yang terjadi adalah proses pengolahan informasi yang lebih cepat dan akurat. Simplifikasi ini sendiri dilakukan dalam rangka pemenuhan kebutuhan konsumen / pemakai jasa untuk mendapatkan penilaian pelanggan yang positif terhadap aktivitas operasional setiap perusahaan. Simplifikasi yang dimaksud adalah pembaharuan dan penyederhanaan komponen-komponen yang terdapat pada sistem akuntansi, yaitu meliputi *software*, *hardware*, dan *brainware*. (Azhar Susanto, 2008:207)

Menurut Azhar Susanto (2008:207). Perangkat Lunak (*Software*) adalah *Software* adalah kumpulan dari program-program yang digunakan untuk menjalankan aplikasi tertentu pada komputer, Sedangkan Perangkat Keras (*Hardware*) merupakan peralatan fisik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan, memasukkan, memproses, menyimpan dan mengeluarkan hasil pengolahan data dalam bentuk informasi. .

Selain kedua hal diatas menurut Azhar Susanto (2008:208), terdapat satu unsur lagi yang membentuk sistem, yaitu *Brainware* atau sumber daya manusia (SDM) yang merupakan bagian terpenting dari komponen sistem informasi dalam dunia bisnis yang dikenal sebagai sistem informasi akuntansi. Komponen SDM ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan komponen lainnya didalam suatu sistem informasi sebagai hasil dari perencanaan, analisis, perancangan, dan strategi implementasi yang didasarkan kepada komunikasi diantara sumber daya manusia yang terlibat dalam suatu organisasi.

Berbeda dengan teori yang dikemukakan diatas, berdasarkan hasil wawancara penulis dengan salah satu klien tetap Kantor Jasa Administrasi Terampil, Ibu Rahmawati Djafar yang berprofesi sebagai *Head Manager* di UD Liana Gorontalo (28/8/2019), Kantor Jasa Administrasi Terampil memiliki beberapa kekurangan dalam hal pemrosesan seperti contohnya pada pemrosesan data perpajakan yang memakan waktu cukup lama. Hal ini memang benar adanya, karena program andalan Kantor Jasa Administrasi Terampil, yaitu *MYOB* belum mendukung fitur pelaporan

perpajakan di Indonesia. Pengerjaan data perpajakan biasanya dilakukan manual melalui program *Microsoft Excel* sehingga akan menambah waktu yang diperlukan dan menambah beberapa hal prosedural agar pekerjaan selesai.

Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Menurut Kotler & Armstrong (2012:36), nilai pelanggan adalah perbandingan pelanggan antara semua keuntungan dan semua biaya yang harus dikeluarkan untuk menerima penawaran yang diberikan. Jumlah biaya pelanggan adalah sekelompok biaya yang digunakan dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan produk atau jasa.

Terkait dengan teori implementasi sistem yang baik dan juga indikator kepuasan pelanggan yang ditimbulkan akibat dari implementasi sistem yang baik yang telah dijelaskan diatas, pada tahun 2015 Kantor Administrasi Trampil sudah mulai memakai sistem akuntansi yang *custom-made* (didesain khusus) untuk memproses data informasi klien untuk melakukan pelayanan yang maksimal dalam rangka mempertahankan loyalitas pemakai jasa dengan cara mendapatkan sebanyak mungkin kepuasan pelanggan atau pemakai jasa.

Berdasarkan uraian fenomena diatas, maka penulis ingin mengambil judul penelitian yaitu pengaruh kualitas sistem akuntansi terhadap kepuasan pelanggan (studi empiris pada klien Kantor Administrasi Trampil di Kota Gorontalo)

Penelitian yang bersifat studi empiris pada klien Kantor Administrasi Terampil yang berlokasi di kota gorontalo ini untuk melihat hubungan antara implementasi sistem akuntansi yang lebih modern, cepat dan efisien dengan kepuasan klien

(satisfaction). Penelitian ini juga untuk melihat pengaruh yang ditimbulkan akibat sistem akuntansi terhadap tingkat kepuasan klien atau pengguna jasa akuntan. Berdasarkan fenomena yang dijabarkan diatas, penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Sistem Akuntansi Terhadap Kepuasan Klien pada Kantor Administrasi Terampil di Kota Gorontalo”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar pengaruh Kualitas Informasi (X1) dan Kualitas sistem akuntansi (X2) secara simultan terhadap kepuasan klien (Y) pada Kantor Administrasi Terampil di Kota Gorontalo?
2. Seberapa besar pengaruh Kualitas informasi (X1) secara parsial terhadap kepuasan klien (Y) pada Kantor Administrasi Terampil di Kota Gorontalo?
3. Seberapa besar pengaruh Kualitas sistem akuntansi (X2) secara parsial terhadap kepuasan klien (Y) pada Kantor Administrasi Terampil di Kota Gorontalo?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan pengaruh antara kualitas informasi dan kualitas sistem akuntansi terhadap kepuasan klien pada Kantor Administrasi terampil di kota Gorontalo.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas informasi (X1) terhadap Kepuasan Klien (Y) secara parsial
2. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas Sistem Akuntansi (X2) terhadap Kepuasan Klien (Y) secara parsial
3. Untuk Mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas informasi dan kualitas Sistem Akuntansi (X2) terhadap Kepuasan Klien (Y) secara simultan

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis terhadap permasalahan yang diteliti serta dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi secara umum dan akuntansi secara khusus yang terikat dengan implementasi sistem dan kepuasan klien yang berlaku pada suatu perusahaan

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi perusahaan dalam melakukan atau menerapkan inovasi kedepannya terkait dengan penggunaan sistem akuntansi dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pengguna jasa akuntan di Kantor Administrasi Terampil.

1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dan manfaat bagi peneliti dalam hal pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh sistem akuntansi yang diterapkan dalam suatu perusahaan jasa akuntan terhadap kepuasan pelanggan atau pengguna jasa akuntan

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1. Pengertian Sistem

Suatu sistem dapat diartikan sebagai suatu kumpulan atau himpunan dari unsur, komponen, atau variabel yang terhimpun, terorganisir, saling berinteraksi, saling tergantung satu sama lain, dan terpadu (Sutabri, 2003:2)

Suatu sistem terdiri dari sejumlah komponen yang saling berinteraksi, yang artinya saling bekerja sama membentuk suatu kesatuan. Komponen-komponen sistem dapat berupa suatu subsistem atau bagian-bagian sistem. Suatu sistem tidak peduli berapapun kecilnya, selalu mengandung komponen atau subsistem. Suatu sistem mempunyai karakteristik atau sifat-sifat yang tertentu yaitu mempunyai komponen-komponen, batas sistem, lingkungan luar sistem, penghubung, masukan, keluaran dan sasaran atau tujuan. Elemen-elemen sebuah sistem menurut Hall (2001:5) mengemukakan sebuah sistem adalah sekelompok atau lebih komponen-komponen yang saling berkaitan (*Interrelated*) atau subsistem-subsistem yang bersatu untuk mencapai tujuan yang sama (*common purpose*).

2.1.2. Pengertian Sistem Informasi Akuntansi

Di zaman teknologi maju seperti sekarang ini, suatu organisasi sangat bergantung terhadap sistem informasi agar tetap dapat kompetitif dengan pesaingnya.

Informasi sudah menjadi sumber daya (*resources*) yang sama pentingnya dengan sumber daya lainnya seperti pabrik ataupun peralatan, dan sistem merupakan kumpulan sumber daya yang saling berhubungan untuk mencapai tujuan tertentu.

Bodnar dan Hoopwood (2006:12) menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi adalah kumpulan sumber-sumber daya, seperti manusia dan peralatan yang dirancang untuk mengubah data keuangan dan data lainnya menjadi informasi.

Romney dan Steinbart (2004:35) menyatakan bahwa sistem Informasi Akuntansi (SIA) adalah sumber daya manusia dan modal dalam organisasi yang bertanggungjawab untuk (1) Persiapan informasi keuangan, (2) Informasi yang diperoleh dari mengumpulkan dan memproses berbagai transaksi perusahaan.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, bahwa sistem informasi akuntansi itu mempunyai beberapa unsur yaitu:

- a) Sumber daya, merupakan media yang menjadikan sebuah data, seperti manusia atau peralatan/mesin.
- b) Pemrosesan, merupakan media yang mengolah data dari input menjadi output. Pemrosesanlah yang mengubah data menjadi informasi.
- c) Informasi, merupakan hasil akhir dari pemrosesan suatu sistem. Informasi ini berbentuk dalam suatu format yang berisikan keterangan-keterangan yang dibutuhkan manajemen.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sistem informasi akuntansi adalah sebuah sistem pemrosesan yang menghasilkan keluaran dalam bentuk informasi mengenai akuntansi dengan menggunakan masukan input (data atau transaksi) untuk memenuhi tujuan tertentu pihak manajemen. Dalam pelaksanaannya sistem informasi akuntansi menerima input, disebut transaksi yang kemudian dikonversi melalui berbagai proses menjadi output yang akan didistribusikan kepada pemakai informasi.

Dalam sistem informasi akuntansi, data yang diolah tidak hanya data keuangan saja, data non keuangan juga diikutsertakan karena dalam pengambilan keputusan tidak hanya informasi keuangan saja yang diperlukan, informasi non keuangan tentang suatu kondisi dan keadaan juga dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

2.1.3 Model Keprilakuan dalam *Technology Acceptance Model* (TAM)

Keperilakuan merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Tanggapan atau reaksi individu dapat bersifat mendukung atau menentang rangsangan tersebut. Apabila rangsangan diberikan terus menerus, maka individu secara perlahan maupun cepat akan beradaptasi dengan rangsangan tersebut. Teknologi didefinisikan sebagai alat yang digunakan oleh individu untuk membantu menyelesaikan tugas-tugas mereka. Alat tersebut dapat berupa perangkat lunak maupun perangkat keras. Sistem Informasi (SI) merupakan seperangkat komponen yang saling berhubungan yang berfungsi mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pembuatan keputusan dan

pengawasan dalam organisasi. Dengan kata lain, Teknologi Sistem Informasi (TSI) merupakan alat yang terdiri dari seperangkat komponen yang terkait dengan informasi dalam rangka mendukung pembuatan keputusan dan pengawasan dalam organisasi. Aspek keperilakuan dalam implementasi teknologi informasi juga berkaitan dengan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi yang diterapkan. Teori penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi informasi disebut *Technology Acceptance Model*. (Lui and Jamieson, 2003)

Technology Acceptance Model (TAM) awalnya dikembangkan Davis pada tahun 1988 yang merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan dalam penelitian sistem informasi karena model ini lebih sederhana dan mudah diterapkan. *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan tersebut lebih spesifik pada *Theory of Reasoned Action* (TRA) dalam menerangkan dan memprediksi perilaku pengguna teknologi informasi. Model tersebut kemudian digunakan untuk menjelaskan adopsi teknologi pada penggunaan *software* (Venkantes, 2002:31)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang digunakan untuk memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi berdasarkan dua variabel, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan pengguna bahwa dengan menggunakan sistem, maka akan dapat meningkatkan kinerja pengguna tersebut. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat

kepercayaan pengguna bahwa sistem dapat digunakan dengan mudah dan dapat dipelajari sendiri. Berdasarkan penjelasan di atas diketahui bahwa kedua variabel *Technology Acceptance Model* (TAM) tersebut dapat menjelaskan aspek keperilakuan pengguna bahwa alasan pengguna dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi informasi menyebabkan tindakan pengguna tersebut dapat menerima penggunaan teknologi informasi.

Sumber: The DeLone McLean Model Of Information System Success (Journal of Management Information, Vol.19, No. 4: 9-30)

2.1.4. Kualitas Sistem Informasi

Kualitas sistem informasi merupakan karakteristik dari informasi yang melekat mengenai sistem itu sendiri” (DeLone dan McLean, 1992:9-30). Kualitas sistem informasi juga didefinisikan Davis dalam Mazman Et Al (2006:237) sebagai *perceived ease of use* yang merupakan tingkat seberapa besar teknologi komputer dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Hal ini memperlihatkan bahwa jika pemakai sistem informasi merasa bahwa menggunakan sistem tersebut mudah, mereka tidak memerlukan *effort* banyak untuk menggunakannya, sehingga mereka akan lebih banyak waktu untuk mengerjakan hal lain yang kemungkinan akan meningkatkan kinerja mereka secara keseluruhan. Dengan kata lain, sistem informasi yang berkualitas yang memenuhi keandalan akan dapat memuaskan pengguna sistem informasi dan mengoptimalkan kinerja pengguna dan organisasinya sehingga perilaku pengguna akan mendukung teknologi tersebut. Kualitas sistem memerlukan indikator

untuk mengukur seberapa besar kualitas dari sistem informasi. Menurut Lee & Wan (2010) indikator kualitas sistem diwujudkan dalam seperangkat pertanyaan kualitas sistem yang dapat diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut.

a. Integritas Sistem

Suatu sistem informasi dapat dikatakan berkualitas jika sistem tersebut saling berintegrasi satu sama lain sehingga menciptakan unsur kemudahan dalam menggunakan sistem informasi tersebut. Davis mengungkapkan kemudahan yang dipersepsikan adalah tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu dapat menjadikan orang tersebut bebas dari usaha (*free of effort*). Bebas dari usaha yang dimaksudkan adalah saat seseorang menggunakan sistem, ia hanya memerlukan sedikit waktu untuk mempelajari sistem tersebut karena sistem tersebut sederhana, tidak rumit, dan terhubung satu sama lain sehingga membutuhkan usaha yang sedikit untuk mengoperasikannya

b. Response Time (Kecepatan Akses)

Kecepatan akses merupakan salah satu indikator kualitas sistem informasi. Jika akses sistem informasi memiliki kecepatan yang optimal maka layak dikatakan bahwa sistem informasi yang diterapkan memiliki kualitas yang baik. Kecepatan akses akan meningkatkan kepuasan pengguna hasil (output) dari sistem tersebut.

c. Reliability (Keandalan Sistem)

Sistem informasi yang berkualitas adalah sistem informasi yang dapat diandalkan. Jika sistem tersebut dapat diandalkan maka sistem informasi tersebut layak digunakan. Keandalan sistem informasi dalam konteks ini adalah ketahanan sistem informasi dari kerusakan dan kesalahan. Kualitas sistem dalam hal ini diukur berdasarkan *output* yang dihasilkan merupakan hasil yang tahan terhadap kerentanan masalah akurasi informasi. Keandalan sistem informasi ini juga dapat dilihat dari sistem informasi yang bekerja dengan cara memproses data secara cepat dan akurat sehingga menghasilkan data yang tahan uji

d. *Flexibility* (Fleksibilitas)

Fleksibilitas suatu sistem informasi menunjukkan bahwa sistem informasi yang diterapkan tersebut memiliki kualitas yang baik. Fleksibilitas yang dimaksud adalah kemampuan sistem informasi dalam melakukan perubahan-perubahan kaitannya dengan memenuhi kebutuhan pengguna. Sistem akan dengan mudah beradaptasi dengan kebutuhan untuk menghasilkan hasil (*output*) yang sesuai dengan keinginan pengguna informasi.

2.1.5. Kualitas Informasi

Definisi Informasi

Informasi saat ini sudah menjadi sebuah komoditi yang sangat penting. Kemampuan untuk mengakses dan menyediakan informasi secara cepat dan akurat menjadi sangat esensial bagi sebuah organisasi, baik yang berupa organisasi

komersial (perusahaan), perguruan tinggi, lembaga pemerintahan, maupun individual. Informasi di dalam sebuah perusahaan sangat penting untuk mendukung kelangsungan perkembangannya, sehingga terdapat alasan bahwa informasi sangat dibutuhkan bagi sebuah perusahaan. Apabila perusahaan kurang mendapatkan informasi akan membuat perusahaan mengalami ketidakmampuan mengontrol sumberdaya dalam waktu tertentu, sehingga dalam mengambil keputusan-keputusan strategis sangat terganggu, yang pada akhirnya akan mengalami kekalahan dalam bersaing dengan lingkungan pesaingnya.

Menurut Azhar Susanto (2013:38) informasi adalah hasil dari pengolahan data-data yang memberikan arti dan manfaat. McLeod dalam Yakub (2012:8) mengemukakan bahwa Informasi (*information*) adalah data yang diolah menjadi bentuk lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya. Sedangkan Gordon B. Davis dalam Kusrini dan Andri Koniyo (2007:289) menyatakan bahwa informasi adalah data yang sudah diproses menjadi bentuk yang berguna bagi pemakai, dan mempunyai nilai pikir yang nyata bagi pembuatan keputusan pada saat sedang berjalan atau untuk propek masa depan.

Berdasarkan beberapa pengertian informasi diatas, dapat disimpulkan bahwa informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang memberikan arti bagi pihak yang menerima serta memberikan manfaat dalam pembuatan keputusan pada saat ini atau pada masa yang akan datang. Informasi yang diperoleh perusahaan akan digunakan sebagai pedoman untuk melakukan sesuatu atau membuat keputusan, menyelesaikan permasalahan, mengurangi ketidakpastian yang sering menghambat

manajemen mencapai suatu tujuan perusahaan serta dapat mengurangi resiko yang mungkin dapat terjadi pada pelaksanaan kegiatan perusahaan.

Manfaat Informasi

Informasi bagi perusahaan sangat penting agar dapat mengelola usaha dengan baik di masa sekarang maupun yang akan datang. Menurut Ida Nuraida (2008:29) informasi bermanfaat untuk:

1. Perencanaan

Perusahaan membutuhkan informasi berkaitan dengan rencana dan realisasi profit yang dicapai pada tahun yang lalu beserta anggaran dan realisasi biaya pada tahun sebelumnya. Informasi tersebut dibutuhkan karena berisi data yang disertai dengan tolok banding sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam melakukan perkiraan/prediksi untuk masa yang akan datang.

2. Pengorganisasian

Perusahaan membutuhkan informasi yang berkaitan dengan para personel yang tepat (sesuai dengan *job description*) supaya personel-personel tersebut dapat mengerjakan kegiatan dengan baik.

3. Pelaksanaan

Perusahaan membutuhkan informasi yang dapat memberikan gambaran mengenai keadaan saat ini dan alternatif untuk menghadapi berbagai masalah pada pelaksanaan kegiatan perusahaan.

4. Pengendalian

Perusahaan membutuhkan informasi yang dapat meninjau suatu pelaksanaan kegiatan agar berjalan sesuai dengan rencana.

Informasi pada dasarnya bermanfaat bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan pada alur kegiatan perusahaan. Informasi yang baik dapat memberikan perusahaan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian yang baik pula.

Dimensi Kualitas Informasi

Informasi yang diperoleh perusahaan haruslah informasi yang berkualitas, sehingga perusahaan dapat memperoleh berbagai manfaat dari informasi. Informasi yang berkualitas dapat dinilai berdasarkan pada dimensi kualitas informasi. Informasi yang berkualitas menunjukkan bahwa informasi yang disajikan sesuai dengan harapan pengguna dan memenuhi atau melebihi apa yang dibutuhkan para pengguna atas informasi tersebut.

Dimensi kualitas informasi dapat menjadi dasar penilaian kualitas dari sebuah informasi. Ciri-ciri informasi yang berkualitas dapat dijadikan ukuran kualitas informasi. Menurut McLeod dalam Azhar Susanto (2013:38) suatu informasi yang berkualitas harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Akurat (*Accuracy*)

Informasi diharuskan akurat karena dari informasi yang tidak akurat akan banyak timbul gangguan (*noise*) yang dapat merubah atau merusak informasi tersebut. Informasi yang diperoleh harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak boleh menyesatkan serta harus mencerminkan suatu maksud.

2. Relevan (*Relevancy*)

Informasi tersebut harus bermanfaat bagi yang membutuhkannya, informasi yang disajikan harus mendukung suatu proses bisnis dan informasi harus dapat digunakan oleh pihak-pihak yang membutuhkannya.

3. Tepat Waktu (*Timeliness*)

Informasi yang sampai pada yang membutuhkan tidak boleh terlambat, informasi yang telah usang tidak akan mempunyai nilai, hal ini disebabkan karena informasi merupakan landasan dalam pengambilan keputusan, maka akan berakibat fatal pada suatu organisasi, instansi maupun perusahaan. Informasi yang sesuai dengan kebutuhan dalam suatu periode waktu tertentu.

4. Lengkap (*Complete*)

Informasi harus diberikan secara jelas, lengkap atau detail, dan mutakhir sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan

2.1.6 Pengertian Kepuasan

Kotler (2006 : 177) menyatakan Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan

akanapuas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Menurut Kotler & Armstrong (2012:36), nilai pelanggan adalah perbandingan pelanggan antara semua keuntungan dan semua biaya yang harus dikeluarkan untuk menerima penawaran yang diberikan. Jumlah biaya pelanggan adalah sekelompok biaya yang digunakan dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan produk atau jasa. Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai pemasok produk perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Menurut (Zeithaml 2003:162) terdapat empat faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan yaitu sebagai berikut :

1. Apa yang telah didengar pelanggan dari pelanggan lainnya (word of mouth communication). Dimana hal ini merupakan faktor potensial yang menentukan

ekspektasi pelanggan tersebut. Sebagai contoh, seorang pelanggan memiliki perusahaan yang diharapkan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi berdasarkan rekomendasi dari teman-teman atau tetangganya.

2. Ekspektasi pelanggan sangat bergantung dari karakteristik individu dimana kebutuhan pribadi terletak (personnel needs).
3. Pengalaman masa lalu (past experience) dalam menggunakan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat ekspektasi pelanggan.
4. Komunikasi dengan pihak eksternal (external communication) dari pemberi layanan memainkan peranan kunci dalam membentuk ekspektasi pelanggan. Berdasarkan External communication, perusahaan pemberi layanan dapat memberikan pesan-pesan secara langsung maupun tidak langsung kepada pelanggannya. Sebagai contoh dari pengaruh adanya external communication adalah harga dimana biaya pelayanan sangat berperan penting dalam membentuk ekspektasi pelanggan.

Dengan demikian, kemungkinan antara ekspektasi pelanggan dan kualitas pelayanan (jasa) yang diterimanya adalah pelanggan menjadi senang jika kualitas pelayanan yang diterima lebih baik dari perkiraannya. Pelanggan menjadi biasa saja jika kualitas pelayanan yang terima sama dengan perkiraannya. Pelanggan menjadi kecewa jika kualitas pelayanan yang diterima lebih jelek dari perkiraannya.

Menurut Tse dan Wilton (1988) dalam Tjiptono (2012:311) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan. Operasionalisasi pengukuran kepuasan pelanggan bisa menggunakan sejumlah faktor, seperti ekspektasi, tingkat kepentingan (importance), kinerja, dan faktor ideal (Tjiptono & Chandra, 2007:137).

Berikut ini akan dipaparkan definisi kepuasan pelanggan menurut beberapa ahli :

1. Menurut Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.
2. Menurut Tjiptono (2012:301), kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

3. Menurut Djaslim Saladin (2003:9), pengertian Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapanharapannya.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan (Tjiptono 2000:200) Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Pengukuran kepuasan pelanggan memiliki tiga aspek yang saling berkaitan, yaitu:

1. Apa yang diukur

Menentukan aspek-aspek apa yang diukur tidak satu pun ukuran tunggal terbaik mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, ditengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, terdapat kesamaan paling tidak dalam enam konsep inti (Tjiptono,2000:101):

- a. Kepuasan pelanggan keseluruhan (Overall Customer Satisfaction)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.

Ada 2 bagian dalam proses pengukurannya yaitu:

- 1) Mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan.
- 2) Menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.

b. Dimensi kepuasan pelanggan

Berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan ke dalam komponen-komponennya

c. Konfirmasi harapan (Confirmation of Expectation)

Dalam konsep ini kepuasan tidak diukur langsung, tetapi disimpulkan berdasar kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual perusahaan.

d. Minat pembelian ulang (Repurchase Intent)

Kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau mau menggunakan jasa perusahaan tersebut lagi.

e. Kesiediaan untuk merekomendasi (Willingness to Recommend)

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan menanyakan apakah pelanggan merekomendasikan produk tersebut kepada keluarga atau teman.

Tjiptono (2008:225) mengungkapkan bahwa dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, pelanggan umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk antara lain meliputi:

1. Kinerja (performance) karakteristik operasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli, misalnya kecepatan, keandalan, kualitas produk (product quality).
2. Ciri-ciri keistimewaan tambah (features) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (reliability) yaitu produk barang atau jasa dapat dipakai untuk jangka waktu yang lama.
4. Serviceability, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah diperbaiki serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak hanya sebatas sebelum adanya transaksi, tetapi juga selama proses transaksi hingga purna bayar yang mencakup pelayanan reparasi atau penyampaian keluhan
5. Kualitas yang dipersepsikan (perceived quality), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

2.1.7 Konsep Kepuasan

Perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar bagi setiap organisasi bisnis dan nirlaba, eksekutif bisnis, dan juga bagi para birokrat dan politisi. Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun public relations release.

Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing. Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan semakin banyak.

Djaslim Saladin (2009:13) mengatakan kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dan kualitas dari layanan yang diberikan oleh organisasi. Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan

persahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah sebagai berikut (Tjiptono, 2012:133) :

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen atau pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
- b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi atau memakai produk atau jasa dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan. Orang-orang di bagian penjualan dan periklanan sebaiknya tidak membuat kampanye yang berlebihan melewati tingkat ekspektasi pelanggan.

Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Dalam konteks kepuasan pelanggan umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Tingkat kepuasan yang diperoleh para pelanggan sangat berkaitan erat dengan standar kualitas barang/jasa yang mereka nikmati. Sifat kepuasan bersifat subjektif, namun dapat diukur melalui indeks kepuasan pelanggan masyarakat. Kepuasan pelanggan dibangun atas dasar beberapa prinsip yang digunakan untuk menilai suatu organisasi dalam memberikan pelayanan : tangibles (bukti nyata), realibility (terpercaya, tahan uji), responsiveness (respon, cepat tanggap), assurance (kepastian), dan empathy (empati). Pelayanan yang baik terhadap konsumen merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan. Namun, tidak sedikit dari perusahaan yang belum memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya. Hal ini tentu disebabkan oleh beberapa hal, seperti:

- a. Tidak mengetahui apa yang diharapkan konsumen.

Hal ini dapat disebabkan karena perusahaan kurang dalam melakukan riset pelanggan. Sehingga perusahaan tidak mengetahui apa yang sebenarnya para konsumen harapkan.

- b. Kurangnya saran dari para konsumen

Terkadang konsumen juga hanya mementingkan kepentingannya dengan menginginkan pelayanan yang baik namun tidak memberi saran kepada perusahaan mengenai apa yang diharuskan oleh perusahaan

tersebut sehingga perusahaan tidak bisa memperbaiki pelayanannya kepada para konsumen.

c. Kurang fokus dalam membangun relasi dengan konsumen

Hal ini bisa dikarenakan perusahaan hanya memikirkan untuk mencari pelanggan baru tanpa memperhatikan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan lamanya sehingga perusahaan hanya memprioritaskan pelanggan barunya saja.

d. Kurang memperhatikan terhadap standar pelayanan yang baik

Karena terlalu mengarah kepada pencarian pelanggan baru, perusahaan terkadang sampai tidak memperhatikan bagaimana standar pelayanan yang baik yang seharusnya diberikan kepada pelanggannya.

e. Kurangnya sarana dan prasarana pendukung

Kurangnya sarana dan prasarana pendukung dalam pelayanan terhadap konsumen ini membuat pelayanan menjadi terlihat biasa saja tanpa keunikan atau kesan tersendiri bagi konsumennya.

Itulah beberapa hal yang menyebabkan perusahaan kurang memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya. Padahal sebenarnya hal-hal tersebut bisa diatasi apabila perusahaan lebih memperhatikan kebutuhan konsumennya. Ada 5 prinsip utama yang harus dijalankan agar costumer menjadi sangat puas atau setidaknya terpenuhi ekspektasinya (Umar 2005:65)

a. Memahami pelanggan.

Pelanggan adalah manusia yang harus dikelola keinginannya. Memahami pelanggan merupakan langkah pertama yang terpenting. Apabila anda berhasil memahami kebutuhannya maka langkah selanjutnya akan merasa mudah dan membuat anda senang.

b. Membuat pelanggan mengerti semua layanan perusahaan anda.

Pelanggan yang sudah datang ke perusahaan anda dipastikan telah memiliki kepercayaan dengan produk/layanan yang disediakan. Atau setidaknya mereka telah mendengar berita positif tentang perusahaan anda. Buatlah mereka mengetahui secara lengkap dan jelas mengenai semua produk/layanan yang perusahaan anda miliki. Jangan biarkan mereka pulang dengan informasi yang tidak lengkap atau bahkan salah persepsi.

c. Menciptakan kesan positif.

Kesan positif yang terekam di benak pelanggan anda akan selalu diingat. Hal sederhana yang bisa dilakukan misalnya adalah dengan memberikan senyum atau salam yang ramah, menjaga kebersihan, mau mendengar dan membantu mereka dengan tulus, serta cepat tanggap.

d. Senantiasa menggunakan kata positif.

Kata-kata positif senantiasa dianggap pelanggan sebagai kesan yang positif juga. Sebaiknya jangan pernah menggunakan kata-kata negatif karena akan memberikan citra negatif untuk perusahaan anda. Jangan pernah menyalahkan mereka apalagi membuat marah. Hormati mereka sebagai pelanggan anda sehingga mereka merasa aman dan diperhatikan.

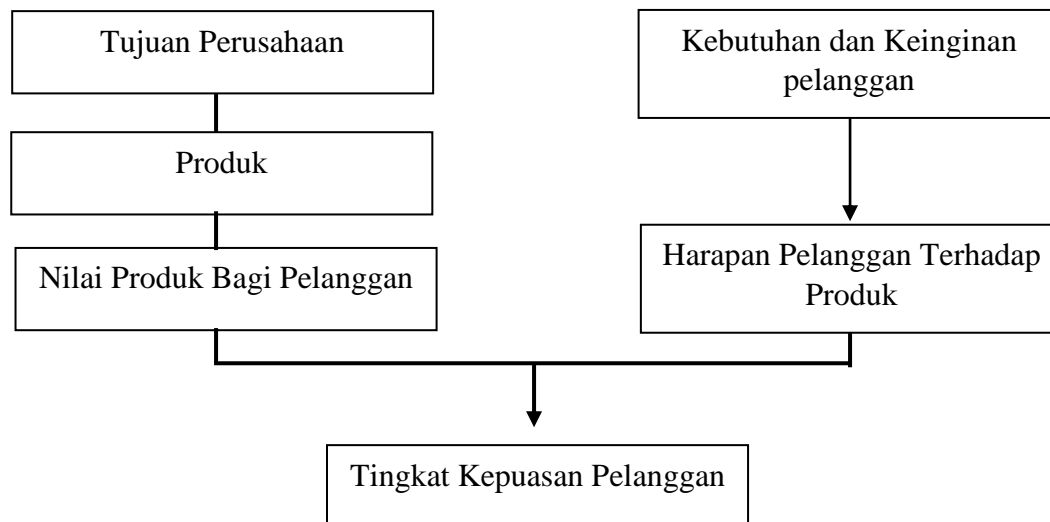
- e. Mempertahankan yang sudah baik dan terus melakukan perbaikan.

Apabila selama ini pelanggan anda sudah merasa puas dengan produk/layanan yang ada maka perusahaan anda wajib mempertahankan. Buatlah sesuatu yang sudah baik menjadi standard baku dan ciptakan perbaikan terus-menerus agar semakin menjadi baik (Saleh, 2010).

Konsep ini hampir pasti selalu hadir di buku teks standar yang mengupas strategi bisnis dan pemasaran. Slogan dan motto perusahaan juga menyinggunginya (Tjiptono, 2012 : 310).

Konsep ini hampir pasti selalu hadir di buku teks standar yang mengupas strategi bisnis dan pemasaran. Slogan dan motto perusahaan juga menyinggunginya (Tjiptono, 2012:310).

Secara konseptual, kepuasan pelanggan digambarkan seperti dibawah ini:



Gambar 2.1
Konsep Kepuasan Pelanggan
Sumber Tjiptono (2006:58)

2.1.8 Indikator Kepuasan

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

1) Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk atau jasa yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi

- a) Produk atau jasa yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2) Minat berkunjung kembali

Merupakan kesedian pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa terkait, meliputi :

- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk atau jasa.

- c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

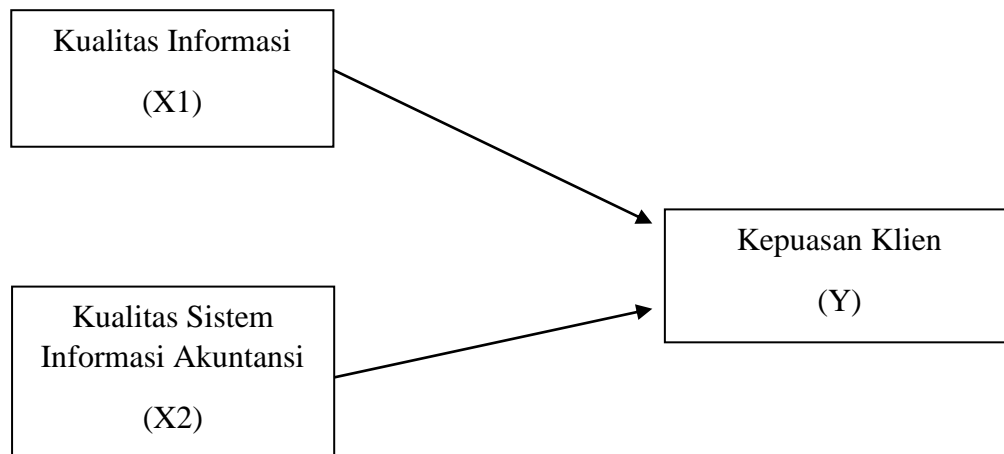
3) Kesiediaan merekomendasikan

Merupakan kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :

- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk atau jasa jasa.

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penjelasan tinjauan pustaka yang telah dipaparkan diatas maka dapat diketahui bahwa terdapat dua variabel independen atas penelitian ini, yaitu yang Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X1) dan Kualitas Informasi (X2). Selain itu, yang menjadi variabel dependent kepuasan klien (Y). Untuk menggambarkan alur penelitian ini, maka penulis membuat suatu kerangka pemikiran yang sesuai dibawah ini



Gambar 2. 2
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan kerangka pemikiran, maka hipotesis yang penulis ajukan adalah :

1. Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X1) dan Kualitas Sistem Akuntansi (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan klien pada Kantor Administrasi Terampil (Y).
2. Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan klien pada Kantor Administrasi Terampil (Y).
3. Kualitas Informasi (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan klien pada Kantor Administrasi Terampil (Y).

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan pada bab – bab sebelumnya maka yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas sistem akuntansi dan kualitas informasi terhadap kepuasan klien pada Kantor Administrasi Terampil yang berlokasi di Jalan Husni Thamrin nomor 42 Kelurahan Limba U I Kecamatan Kota Selatan Kota Gorontalo Provinsi Gorontalo 96135

3.2 Metode Penelitian

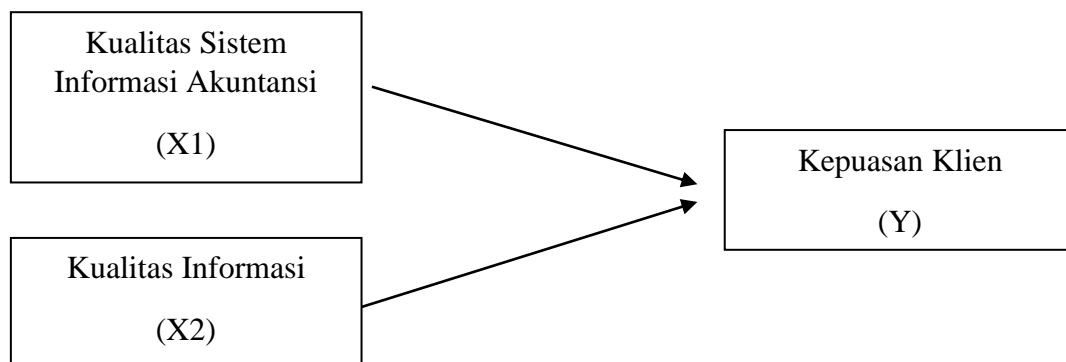
3.2.1 Metode Yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2016:2) menyatakan bahwa metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:8) metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode deskriptif ini merupakan metode yang bertujuan untuk

mengetahui sifat serta hubungan yang telah mendalam serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variabel atau lebih dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah. Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kepuasan klien pengguna jasa akuntan di Kantor Administrasi Terampil di Kota Gorontalo.

3.2.2 Desain Penelitian

Untuk Menggambarkan hubungan dalam pengoperasian variabel, maka penulis memberikan gambaran desain penelitian yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini



Gambar 3. 1
Desain Penelitian

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, satuan ukuran, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasional penelitian. Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari

suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel. Secara lebih rinci, operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas/independen (X), yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah sistem informasi akuntansi (X1) dan kualitas informasi (X2)

Pada bab sebelumnya, dapat dilihat bahwa sistem informasi akuntansi adalah sumber daya manusia dan modal dalam organisasi yang bertanggungjawab untuk (1) Persiapan informasi keuangan, (2) Informasi yang diperoleh dari mengumpulkan dan memproses berbagai transaksi perusahaan. (Romey & Steinbart 2005:35) sedangkan kualitas informasi Menurut Mc Leod dalam Azhar Susanto (2013:38) adalah informasi yang memenuhi 4 unsur yaitu akurat, relevan, tepat waktu, dan lengkap

2. Variabel terikat/dependent (Y), yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan klien.

Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

No	Variabel	Dimensi Variabel	Indikator	Skala
1	Kualitas Sistem Informasi (X1)	Integritas	1. Sistem memiliki <i>user interface</i> yang sederhana 2. Pengoperasian sistem tidak rumit 3. Data dapat diakses dengan mudah kapan saja	Likert
		Kecepatan Akses (Responses Time)	1. Sistem mampu menghasilkan informasi secara cepat dan tepat waktu	Likert
		Keandalan Sistem	1. Sistem memiliki ketahanan terhadap kesalahan kalkulasi 2. Sistem mampu menghasilkan data yang bebas dari kerentanan masalah akurasi informasi	Likert
		Fleksibilitas	Sistem dapat disesuaikan dengan kebutuhan klien	
	Kualitas Informasi (X2)	Akurat	1. Informasi yang dihasilkan bebas dari kesalahan 2. Informasi yang dihasilkan tidak menyesatkan	Likert
		Relevan	Sistem menghasilkan informasi yang bermanfaat untuk dapat digunakan oleh klien	Likert
		Tepat Waktu	Output yang dihasilkan selalu tepat waktu disaat informasi itu	Likert

			dibutuhkan	
		Lengkap	1. Informasi yang dihasilkan, disajikan secara jelas 2. Informasi yang dihasilkan, ditulis secara detail 3. Informasi yang dihasilkan bersifat muktahir	Likert
2	Kepuasan Klien		1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kesiediaan Merekomendasikan	Likert

Sumber: Lee & Wan (2006), Azhar Susanto (2013)

3.2.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:115) bahwa: “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Berdasarkan pengertian diatas maka yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah klien pengguna jasa akuntan di Kantor Administrasi Terampil Kota Gorontalo

Tabel 3. 1

No	Tahun	Jumlah Klien
1	2016	71
2	2017	65
3	2018	63

Data jumlah klien terdaftar di Kantor Administrasi Terampil
Sumber : Data tahun 2019

3.2.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2011:81). Sampel merupakan contoh atau himpunan bagian (subset) dari suatu populasi yang dianggap mewakili populasi tersebut sehingga informasi apa pun yang dihasilkan oleh sampel ini bisa dianggap mewakili keseluruhan populasi.

Dalam hal penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode sensus. Hal ini karena subyek yang menjadi responden berjumlah kurang dari 100 sehingga jumlah populasi tidak terlalu besar untuk ditarik sampel. Selain itu yang menjadi dasar penentuan ini agar bertujuan untuk mengurangi bias data terhadap tingkat kepuasan klien yang diakibatkan oleh implementasi dari sistem akuntansi, Berdasarkan penjelasan diatas, maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini merupakan seluruh populasi yang berjumlah 63 orang.

3.2.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Pengertian Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat atau kuisioner dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Sedangkan data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum.

3.2.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Didalam penelitian ini diperlukan metode – metode yang digunakan untuk mendapatkan data atau bahan keterangan yang digunakan dalam rangka mengukur pengaruh sistem akuntansi terhadap kepuasan klien pengguna jasa akuntan yaitu dengan cara memberikan kuisioner kepada subjek yang menjadi sampel penelitian sebagai alat ukur untuk melihat indikator-indikator pada masing-masing variabel. Selain itu, dalam pengumpulan data, penulis melakukan observasi dan wawancara langsung untuk mendukung keabsahan pendapat yang telah dituangkan kedalam kuisioner oleh subjek yang menjadi sampel penelitian

3.2.5 Metode Analisis

Metode analisis data merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengelola suatu data penelitian dengan menggunakan proses penyederhanaan data dalam bentuk yang mudah diinterpretasikan. Didalam melakukan uji ini penulis menggunakan software SPSS 22 dengan metode statistik yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini diantara lain :

3.2.5.1 Uji Validitas

Uji validitas instrumen dengan menguji validitas konstruksi (construct validity), maka dapat digunakan pendapat dari ahli (judgment experts), setelah instrumen dikonstruksikan dengan para ahli dengan cara dimintai pendapatnya tentang instrumen yang telah disusun itu.

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel.. Selanjutnya dengan memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi. Untuk pengujian validitas peneliti dengan menggunakan rumus korelasi seperti yang dikemukakan oleh *pearson* yang dikenal dengan rumus korelasi *pearson product moment* (PPM) sebagai berikut

$$r_{XY} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X).(\sum Y)}{\sqrt{(n.\sum X^2). (n \sum Y^2) - (\sum Y^2)}}$$

Dimana :

r = Angka korelasi

X = Skor pertanyaan (ke-n) variabel X

Y = Skor pertanyaan (ke-n) variabel Y

XY = Skor pertanyaan dikali total pernyataan

Kriteria pengujian untuk taraf nyata $\alpha = 0.05$ jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dinyatakan valid dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ dinyatakan tidak valid dimana distribusi t yang digunakan mempunyai $d = (n-2)$, rumus yang digunakan yaitu :

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

Keterangan :

t = test (hitung)

r = korelasi antar variabel X dan Y

n = Jumlah sampel

3.2.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik dan dapat dipertahankan konsistensinya. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban – jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya atau yang relabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kalipun diambil, tetap akan sama. Untuk menghitung reliabilitas dengan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum si}{st} \right)$$

Keterangan :

K = Jumlah instrumen pernyataan

si = Jumlah varians dalam setiap instrumen

s = Varians keseluruhan instrumen

Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60 dan jika *cronbach alpha* < 0,60 dikatakan tidak *reliable*. Semakin nilai alpanya mendekati satu maka nilai reliabilitas datanya semakin terpercaya.

3.2.5.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam melakukan uji analisis, sebelum masuk pada tahap uji regresi, terdapat beberapa syarat yang harus dilalui yaitu menggunakan uji asumsi klasik. Model regresi harus bebas dari asumsi klasik yaitu data berdistribusi normal, bebas dari gejala autokolerasi, heterokedastitas dan mempunyai hubungan linearitas

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna untuk menentukan apakah data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar.

Namun untuk memberikan kepastian, data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak, maka sebaiknya digunakan uji normalitas. Karena belum tentu data yang lebih dari 30 ($n > 30$) bisa dipastikan berdistribusi normal. Demikian sebaliknya data yang banyaknya kurang dari 30 ($n < 30$) belum bisa dipastikan berdistribusi normal. Maka dari itu diperlukan suatu pembuktian.

Uji statistik normalitas yang dapat digunakan diantaranya: Chi-Square, kolmogorov smirnov, lilieorvs, shopiro wilk, jarque bera. Salah satu cara untuk melihat normalitas adalah secara visual yaitu melalui *p-p plot of regression standardizer residual*, dimana ketentuannya adalah jika titik masih berada disekitar garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa residual menyebar normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah sebuah situasi yang menunjukkan adanya korelasi atau hubungan kuat antara dua variabel bebas atau lebih dalam sebuah model regresi berganda. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Adanya multikolinearitas dapat dilihat dari tolerance value atau nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Batas dari nilai tolerance adalah 0,01 dan batas VIF adalah 10. Apabila nilai *tolerance* dibawah 0,01 atau nilai VIF diatas 10 maka terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2011:108)

c. Uji Heterokedastitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regrei yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastitas. Maka dari itu prasyarat yang harus

terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Adapun uji heterokedastitas yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Metode uji heteroskedastisitas dengan metode glejser rho yaitu mengkorelasikan variabel independen dengan nilai unstandardized residual. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual di dapat signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

2. Melihat pola titik-titik scatterplots regresi.

Metode ini yaitu dengan cara melihat grafik scatterplot antara standardized predicted value (ZPRED) dengan studentized residual (SRESID). Ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya).

Dasar pengambilan keputusan yaitu:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas pada scatterplots regresi

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti

3.2.5.4 Uji Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan, maka dihitung dengan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Klien

a : Konstanta, merupakan nilai terikat yang dalam hal ini adalah Y pada saat variabel bebasnya adalah 0 (X_1, X_2 dan $X_3 = 0$)

β_1 : Koefisien regresi berganda antara variabel X_1 terhadap variabel terikat Y

β_2 : Koefisien regresi berganda antara variabel X_2 terhadap variabel terikat Y

β_3 : Koefisien regresi berganda antara variabel X_2 terhadap variabel terikat Y

X_1 : Kualitas Sistem Informasi Akuntansi

X_2 : Kualitas Informasi

e : *error*

3.2.5.5 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, digunakan signifikan simultan (uji F), uji determinasi, dan uji signifikansi parameter individu (uji parsial t)

3.2.5.5.1 Uji Statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali,2011).

Menghitung nilai F_{hitung} dengan rumus sebagai berikut :

$$f = \frac{R^2/k}{(1 - R^2/(n - k - 1))}$$

Dimana :

f : Koefisien korelasi berganda

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah anggota sampel

3.2.5.5.2 Uji Statistik t

Menurut Ghozali (2009: 88), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis nol diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis nol ditolak (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

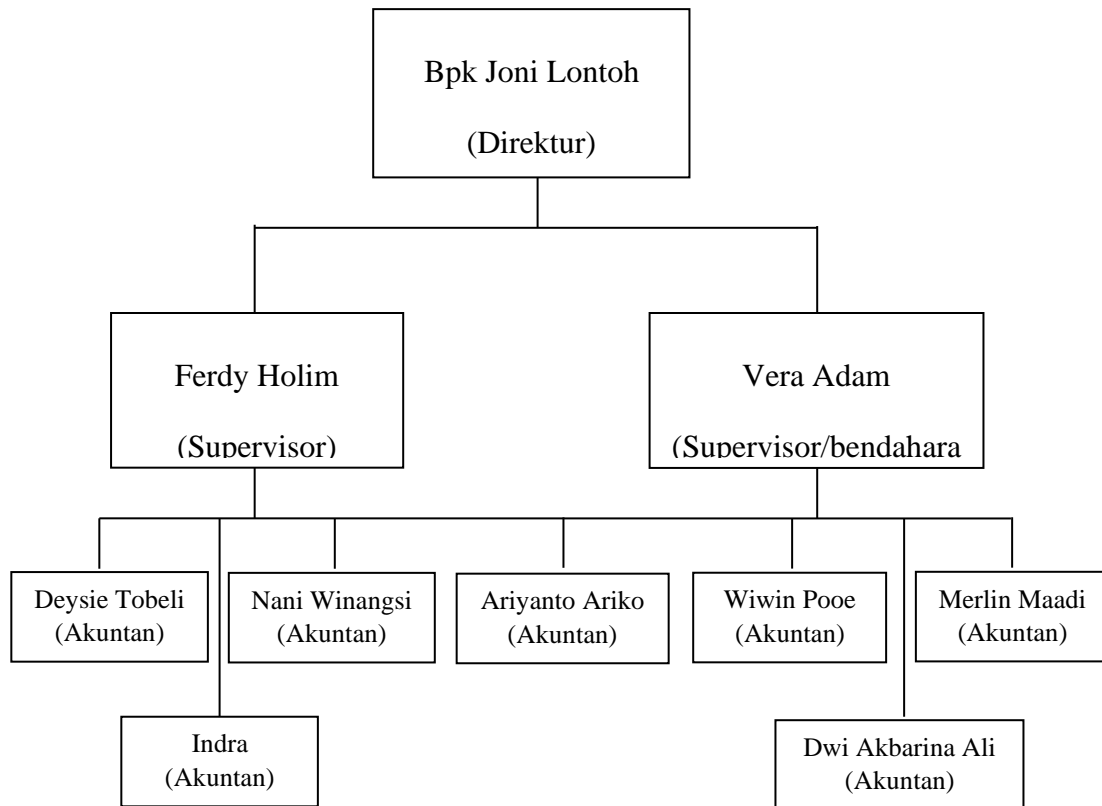
4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Kantor Administrasi Trampil didirikan oleh bapak Joni Lontoh dengan nomor surat ijin usaha perusahaan yang sudah dibaharui yaitu SIUP 07660132/kppt/lz/pkli/2016 dan berdiri pada tahun 2004 . Kantor ini sendiri sudah beroperasi selama 16 tahun dan memiliki klien yang tersebar di seluruh kota maupun sebagian kabupaten Gorontalo.

Kantor Administrasi adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa administrasi keuangan. Perusahaan ini menawarkan jasa untuk mengelola data – data finansial yang diberikan dari klien untuk diproses menjadi suatu informasi yang lebih berguna sehingga memiliki nilai lebih dalam pengambilan keputusan. Perusahaan ini juga menawarkan jasa administrasi perpajakan untuk membantu individu maupun korporat yang memiliki kesulitan atau permasalahan dalam pengurusan administrasi perpajakan.

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4. 1

Struktur Organisasi Kantor Administrasi Keuangan Trampil

Sumber : Data 2018

4.1.3 Tanggung Jawab Struktural Perusahaan

A. Direktur

Mengontrol penuh aktivitas operasional perusahaan, menjalankan fungsi pengawasan terhadap seluruh kinerja karyawan, melakukan pertemuan dengan klien, mengkomunikasikan seluruh hambatan atau masalah yang terjadi kepada investor.

B. Supervisor

Melakukan tanggung jawab untuk melakukan evaluasi terhadap mutu dan kinerja karyawan akuntan, melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap keseluruhan operasional perusahaan.

C. Akuntan

Mengolah dan mengelola data informasi finansial yang diberikan oleh klien, bertanggung jawab kepada supervisor dan direktur atas seluruh pekerjaan yang dilakukan, melakukan penghitungan pajak (pph 21,22,23 dan ppn) atas data informasi klien.

4.2. Deskriptif Karakteristik Responden

A. Jenis Kelamin

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Σ)	Presentase (%)
Laki-Laki	23	35,9
Perempuan	41	64,1
Total	64	100

Sumber : Hasil olahan data penulis, 2020

Dari tabel diatas, dapat ditunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki yaitu 23 orang atau sekitar 35,9%, sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 41 orang atau sebanyak 64,1%. Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki

B. Umur

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan jumlah usia responden berdasarkan usia yang dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Rentang Umur	Frekuensi (Σ)	Presentase (%)
< 30 Tahun	24	37,5
30-40 Tahun	32	50
>40 Tahun	8	12,5
Total	64	100

Sumber : Hasil olahan data penulis, 2020

Dari tabel diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah responden yang umurnya kurang dari 30 tahun adalah sebanyak 24 orang atau sekitar 37,5%, sedangkan jumlah responden yang umurnya berada di rentang 30 sampai 40 tahun adalah sebanyak 32 orang atau sekitar 50%, dan terakhir yaitu responden yang berusia lebih dari 40 tahun adalah sebanyak 8 orang atau berjumlah 12,5%

4.3 Statistik Deskriptif

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas sistem akuntansi dan kualitas informasi selain itu yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan klien. Total populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 63 yang merupakan total klien terdaftar di kantor administrasi Trampil pada tahun 2018. Analisis dalam penelitian ini dimlai dari pengujian statistik deskriptif. Statistik deskriptif menurut Sugiyono (2014) adalah statistik yang berfungsi untuk mengetahui, mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti.

Seluruh variabel bebas dalam penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan variabel keputusan konsumen. Bobot-bobot butiran instrumen berdasarkan variabel terlebih dahulu dideskripsikan dengan melakukan perhitungan frekuensi dan skor berdasarkan bobot *option* (pilihan) jawaban. Perhitungan frekuensi dilakukan dengan cara menghitung jumlah bobot yang dipilih. Sedangkan perhitungan skor dilakukan melalui perkalian antara bobot option dengan frekuensi, berikut perhitungannya :

Bobot terendah x jumlah responden : $1 \times 64 = 64$

Bobot tertinggi x jumlah responden : $5 \times 64 = 320$

Rentang skalanya yaitu : $64-320 / 5 = 51$

Hasil perhitungan tersebut diintervalkan dalam bentuk rentang skala penelitian sebagaimana pada tabel dibawah ini

Tabel 4. 3 Skala Penelitian Jawaban Responden

No	Rentang	Kategori
1	64 – 115	Sangat Rendah
2	116 – 167	Rendah
3	168 – 219	Sedang
4	220 – 271	Tinggi
5	272 – 320	Sangat Tinggi

Sumber : Hasil Olahan Data Penulis, 2020

4.3.1 Gambaran Umum Sub Variabel Kualitas Sistem Informasi (X1)

Hasil tabulasi data variabel kualitas sistem informasi (X1) yang diisi oleh 64 responden dapat divisualisasikan melalui tabel berikut

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X1)

Skor	ITEM X1											
	Item 1			Item 2			Item 3			Item 4		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	9	27	10	15	45	17	9	27	10	7	21	8
4	41	164	63	28	112	43	32	128	47	36	144	53
5	14	70	27	21	105	40	23	115	43	21	105	39
Σ	64	261	100	64	262	100	64	270	100	64	270	100
Kategori	Tinggi			Tinggi			Tinggi			Tinggi		

Sumber : Hasil Olahan Data Penulis, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa, item X1.1 memiliki tanggapan responden dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa klien pada kantor administrasi keuangan Terampil merasa bahwa sistem informasi akuntansi yang diterapkan sudah memiliki integritas yang baik, saling terkoneksi dan mudah dioperasikan. Sementara pada item X1.2, tanggapan responden mengenai kualitas sistem informasi akuntansi dalam hal kecepatan akses, memiliki skor 262 yang dikategorikan sebagai tinggi. Hal ini mengimplikasikan bahwa sistem informasi akuntansi yang dipakai memiliki kecepatan akses yang baik dalam hal pemrosesan data sehingga hasil yang diinginkan selalu dapat dipakai tepat pada waktunya. Item

terakhir pada kualitas sistem informasi akuntansi (X1) yaitu keandalan sistem (X1.3) memiliki skor tertinggi dari dua item sebelumnya yaitu 270 yang dikategorikan tinggi. Hal ini dapat menunjukkan bahwa klien setuju bahwa sistem informasi akuntansi yang dipakai memiliki keandalan sistem yang tahan uji, jauh dari kesalahan dan dapat dipercaya karena bebas dari kesalahan hitung dan kesalahan formulasi akuntansi. Sedangkan untuk item X1.4 yang menjadi item terakhir memiliki skor yang sama 270. Responden menilai bahwa fleksibilitas sistem sudah memiliki kualifikasi baik karena dapat disesuaikan dengan kebutuhan klien masing-masing.

4.3.2 Gambaran Umum Sub Variabel Kualitas Informasi

Hasil tabulasi data variabel kualitas sistem informasi (X1) yang diisi oleh 64 responden dapat divisualisasikan melalui tabel berikut.

Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Informasi (X2)

Skor	ITEM X2											
	Item 1 (X2.1)			Item 2 (X2.2)			Item 3 (X3.3)			Item 4 (X4.4)		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	0
3	18	54	20	15	45	17	14	42	15	11	33	12
4	16	64	24	28	112	43	17	68	25	16	64	23
5	30	150	56	21	105	40	32	160	59	37	185	66
Σ	64	268	100	64	262	100	64	272	100	64	282	100
Kategori	Tinggi			Tinggi			Sangat Tinggi			Sangat Tinggi		

Sumber : Hasil Olahan Data Penulis, 2020.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pada sub variabel Kualitas Informasi (X2), responden yang menjawab X2.1 mengenai keakuratan informasi

memiliki total skor 268 yang dikategorikan sebagai tinggi. Hal ini berarti bahwa kualitas akurasi informasi pada hasil kerja Kantor Administrasi Keuangan Trampil sudah memiliki kualitas yang baik.

Item X2.2 memiliki skor tanggapan 262, yang berkategori tinggi. Responden menilai bahwa produk yang dihasilkan berupa informasi finansial dapat memberikan manfaat bagi klien karena menyajikan informasi yang relevan.

Item X2.3 adalah tanggapan responden mengenai tepat waktu. Jawaban responden pada item ini memperoleh nilai 272 dengan kategori sangat tinggi. Hal ini mengimplikasikan bahwa ketepatan waktu atas informasi yang dihasilkan kepada klien dinilai sangat baik

Item X2.3 adalah tanggapan responden mengenai kelengkapan.informasi. Respon terhadap item kelengkapan informasi memiliki skor dengan kategori sangat tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa informasi yang dihasilkan memiliki kualifikasi sebagai informasi yang jelas, detail dan muktahir.

4.3.4 Gambaran Umum Sub Variabel Kepuasan Klien

Hasil tabulasi data variabel kualitas sistem informasi (X1) yang diisi oleh 64 responden dapat divisualisasikan melalui tabel berikut.

Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Klien (Y)

Skor	ITEM								
	Item 1			Item 2			Item 3		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	2	6	2	9	27	10	6	18	6
4	25	100	34	18	72	25	25	100	35
5	37	185	64	37	185	65	33	165	58
Σ	64	291	100	64	284	100	64	283	100
Skor	Sangat Tinggi			Sangat Tinggi			Sangat Tinggi		

Sumber : Hasil Olahan Data Penulis, 2020

Berdasarkan tabel diatas, untuk item Y.1 memiliki skor 291 yang berkategori sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa responden sangat setuju bahwa hasil kerja dari Kantor Administrasi Keuangan Trampil sesuai dengan harapan. Sedangkan untuk item Y.2 juga memiliki hasil yang kurang lebih sama. Berdasarkan hasil, responden cenderung memiliki keinginan kuat untuk berkunjung kembali.

Item Y.3 memiliki skor 283 dengan kategori sangat tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju untuk merekomendasikan kantor administrasi keuangan trampil kepada orang lain. Hal ini mengindikasikan bahwa klien sangat puas terhadap hasil kerja sehingga berakibat timbulnya keinginan untuk merekomendasikan kembali kepada orang lain

4.4 Hasil Penelitian

4.4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam analisis ini untuk mengetahui tingkat validitas dapat dilihat pada hasil olahan data. Pengujian instrumen penelitian ini baik dari segi validitasnya maupun reliabilitasnya terhadap kepuasan klien. Instrumen penelitian yang dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan untuk reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X1)

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X1)

Item	Uji Validitas		Ket	Nilai Signifikansi	Uji Reliabilitas		Ket
	r hitung	r tabel			Alpha	<i>Cronbach Alpha</i>	
X1-1	0,695	0.2461	Valid	0,00	0,787	>0,6	Reliabel
X1-2	0,798	0.2461	Valid	0,00			
X1-3	0,794	0.2461	Valid	0,00			
X1-4	0,798	0.2461	Valid	0,00			

Sumber : Hasil Olahan Data Penulis, 2020

Tabel diatas menjelaskan bahwa semua item pernyataan untuk variabel Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X1) semua instrumen menunjukkan hasil yang valid dan reliabel. Keputusan ini diambil karena nilai korelasi koefisien r_{hitung} untuk seluruh item $> r_{tabel}$ (0,246). Sedangkan koefisien alpanya sebesar 0,787 yang berarti melebihi dari nilai *cronbach alpha* yang telah distandarkan (0,6). Dengan demikian berarti semua item pernyataan untuk Kualitas Sistem Informasi adalah valid dan reliabel.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Informasi (X2)

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Informasi (X2)

Item	Uji Validitas		Ket	Nilai Signifikansi	Uji Reliabilitas		Ket
	rhitung	r tabel			Alpha	<i>Cronbach Alpha</i>	
X2-1	0,902	0.2461	Valid	0,00	0,882	>0,6	Reliabel
X2-2	0,809	0.2461	Valid	0,00			
X2-3	0,877	0.2461	Valid	0,00			
X2-4	0,85	0.2461	Valid	0,00			

Sumber : Hasil Olahan Data Penulis 2020

Tabel diatas menjelaskan bahwa semua item pernyataan untuk variabel Kualitas Informasi (X2), semua instrumen menunjukkan hasil yang valid dan reliabel. Keputusan ini diambil karena nilai koefisien r_{hitung} untuk seluruh item . r_{tabel} (0,246). Sedangkan koefisien alphanya sebesar 0,882 yang berarti melebihi *cronbach alpha* yang telah ditentukan (0,6). Dengan demikian semua item pernyataan untuk variabel Kualitas Informasi adalah valid dan reliabel.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Klien (Y)

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Klien (Y)

Item	Uji Validitas		Ket	Nilai Signifikansi	Uji Reliabilitas		Ket
	rhitung	r tabel			Alpha	<i>Cronbach Alpha</i>	
Y-1	0,707	0.2461	Valid	0,00	0,736	>0,6	Reliabel
Y-2	0,881	0.2461	Valid	0,00			
Y-3	0,829	0.2461	Valid	0,00			

Sumber : Hasil Olahan Data Penulis, 2020

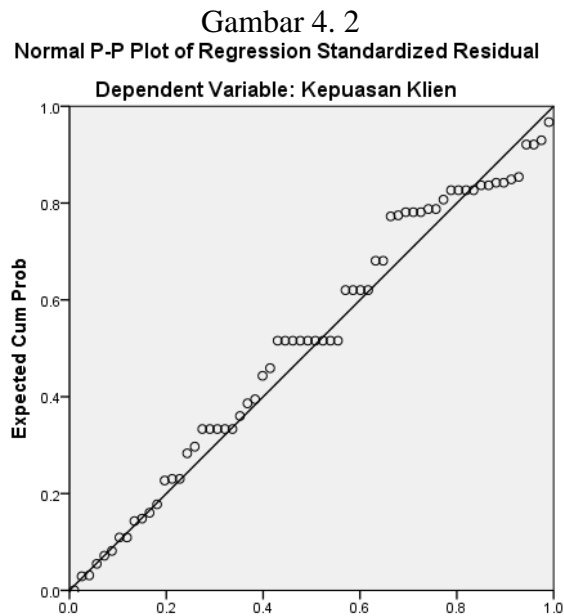
Tabel diatas menjelaskan bahwa semua item pernyataan untuk variabel Kepuasan Klien (Y), semua instrumen menunjukkan hasil yang valid dan reliabel. Keputusan ini diambil karena nilai koefisien r_{hitung} untuk seluruh item . r_{tabel} (0,246). Sedangkan koefisien alphanya sebesar 0,736 yang berarti melebihi *cronbach alpha* yang telah ditentukan (0,6). Dengan demikian semua item pernyataan untuk variabel Kualitas Informasi adalah valid dan reliabel.

4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah nilai residual dari variabel penelitian ini baik itu Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X1), Kualitas Informasi (X2) dan Kepuasan Klien (Y) terdistribusi dengan normal, maka perlu diuji normalitas nilai residualnya. Salah satu caranya adalah dengan melihat persebaran titik yang ada pada garis diagonal dengan metode *p-p plot of regression standardizer residual*.

Hasil dari uji normalitas dapat divisualisasikan sebagai berikut :



Sumber : Hasil Olahan Data, 2020

Dari gambar representasi diatas dapat dilihat bahwa titik-titik plot berdistribusi searah dengan garis diagonal dan tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa data memiliki nilai yang terdistribusi dengan normal.

Selain itu, untuk mendukung hasil pengambilan keputusan ini, maka data akan kembali diuji normalitasnya dengan menggunakan *kolmogorov-smirnov test* yang akan menguji nilai residual dari masing-masing variabel apakah terdistribusi dengan normal atau tidak. Data yang dikatakan normal apabila nilai residualnya memiliki nilai signifikansi $> 0,05$. Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.89001795
	Absolute	.120
Most Extreme Differences	Positive	.080
	Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		.960
Asymp. Sig. (2-tailed)		.315

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai residual memiliki nilai signifikansi 0,315 yang berarti melebihi standard nilai signifikansi yaitu 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

B. Uji Multikolinearitas

Untuk melihat apakah terjadi hubungan yang kuat antar variabel independen maka perlu dilakukan uji multikolinearitas. Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi gejala multikolinearitas. Data yang tidak memiliki multikolinearitas apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai *Variance In Factor* (VIF) <10. Hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a				
Model	t	Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
(Constant)	3.283	.002		
1 Kualitas Sistem Informasi	6.890	.000	.692	1.445
Kualitas Informasi	3.907	.000	.692	1.445

a. Dependent Variable: Kepuasan Klien

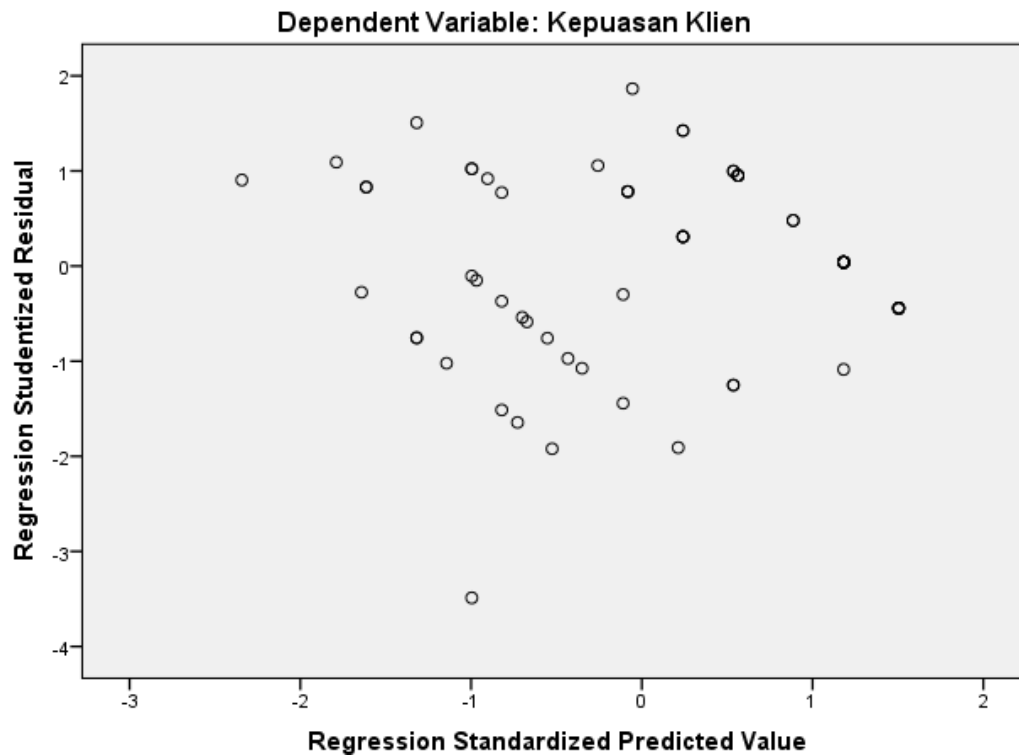
Sumber : Hasil Olahan Data Penulis, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa data memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,692 yang berarti lebih dari $> 0,10$, sedangkan untuk nilai *variance in factor* adalah 1,445 yang berarti kurang dari < 10 . Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

C. Uji Heterokedastitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, maka perlu dilakukan uji heterokedastitas. Hasil dari uji heterokedastitas dapat menggunakan metode *scatterplots* yaitu dengan melihat persebaran titik-titik yang ada pada gambar hasil olahan data dari model regresi, apakah titik-titik tersebut tidak membentuk pola seperti melengkung, menyempit, persebaran yang terfokus pada satu daerah saja, dan atau membentuk pola tertentu. Hasil *scatterplots* yang baik adalah apabila titik tersebar di area yang tidak membentuk pola tertentu yang menandakan tidak adanya gejala heterokedastitas.

**Gambar 4. 3 Uji Heterokedastitas
Scatterplot**



Sumber : Hasil Olahan Data Penulis, 2020

Berdasarkan visualisasi diatas dapat dilihat bahwa tidak terjadi heterokedastitas karena titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Selain itu untuk mendukung kesimpulan diatas, maka diperlukan uji heterokedastitas dengan menggunakan angka yang konkrit yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterokedastitas

Variabel	Hasil Signifikansi	Standar Signifikansi	Kesimpulan
Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X1)	0.33	>0,05	Tidak terjadi heterokedastitas
Kualitas Informasi (X2)	0.594	>0,05	Tidak terjadi heterokedastitas

Sumber : Hasil Olahan Data Penulis, 2020.

Berdasarkan tabel diatas dengan menggunakan metode *glejser* dapat dilihat bahwa, untuk variabel kualitas sistem informasi akuntansi (X1) memiliki nilai signifikansi 0,33 terhadap nilai residual, sedangkan variabel kualitas informasi (X2) memiliki nilai signifikansi 0,594 terhadap nilai residual. Kedua variabel bebas memiliki nilai signifikansi dibawah dari $<0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi yang namanya heterokedastitas.

D. Uji Autokorelasi

Sebagai bagian akhir dari uji asumsi klasik pada suatu model regresi, maka perlu dilakukan uji autokorelasi sehingga dapat diketahui apakah suatu model regresi memiliki korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t1 (sebelumnya)

Tabel 4. 12 Tabel Hasil Uji Autokorelasi

d	dl	du	4-dl	4-du
2.195	1.5315	1.6601	2.4685	2.3399

Sumber : Hasil Olahan Data Penulis, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai d sebesar 2,195 terletak diantara nilai du dan nilai 4-du, atau dapat dijelaskan $1.6601 (du) < 2.195 (d) < 2.3399 (4-du)$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi pada model regresi.

4.5 Analisis Data Statistik

Untuk mengetahui pengaruh kualitas sistem informasi akuntansi dan kualitas informasi terhadap kepuasan klien pada Kantor Administrasi Keuangan Trampil maka berikut ini akan dikemukakan analisis hasil statistik. Hasil analisis tersebut

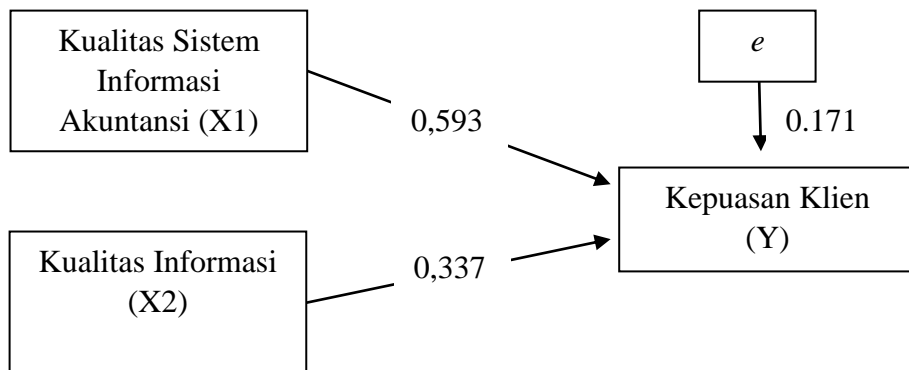
akan diketahui apakah variabel-variabel bebas (independen) memberikan pengaruh yang nyata (signifikan) terhadap variabel terikat (independen). Hasil olahan data kerangka hubungan kausal antara X1 dan X2 terhadap Y dapat dibuat melalui persamaan struktural sebagai berikut :

$$Y = 2,981 + 0,593X1 + 0,337X2 + 0,171e$$

Dari persamaan diatas menunjukkan bahwa koefisien variabel independen yakni kualitas sistem informasi (X1) sebesar 0,593 dan bertanda positif menandakan kualitas sistem informasi (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan klien (Y). artinya bahwa apabila kualitas sistem informasi meningkat atau dikembangkan sebagai satu satuan, maka kepuasan klien (Y) meningkat sebesar 0,593 atau sebesar 59,3%.

Variabel kualitas informasi (X2) memiliki nilai koefisien 0,337 dan bertanda positif, menandakan bahwa kualitas informasi (X2) yang mengukur kepuasan klien (Y) memiliki kontribusi yang positif terhadap kepuasan klien (Y). artinya bahwa apabila kualitas informasi (X2) meningkat atau diperbaiki satu satuan maka kepuasan klien meningkat sebesar 0,337 atau sebesar 33,7%

Persamaan model regresi diatas menjelaskan terdapat hubungan kausal antar variabel independen, kualitas sistem informasi akuntansi (X1) dan kualitas informasi (X2) terhadap kepuasan klien (Y). Hubungan kausal tersebut dapat digambarkan seperti pada gambar dibawah ini :



Gambar 4. 4
Hasil Hubungan Antara X1 dan X2 Terhadap Y

4.6 Pengujian Hipotesis

1. Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X1) dan Kualitas Informasi (X2) Secara Simultan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y)

Hasil uji Fhitung menunjukkan hasil sebesar 66,943 sedangkan standar Ftabel adalah sebesar 3,140 dengan taraf signifikan 0,000. Berdasarkan uji F tersebut menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($66,943 > 3,140$) dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$. Ini berarti bahwa pada tingkat kepercayaan 95% secara statistik variabel kualitas sistem informasi akuntansi (X1) dan Kualitas Informasi (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan klien (Y).

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas sistem informasi akuntansi (X1) dan kualitas informasi (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan klien (Y), diterima.

2. Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan klien (Y)

Hasil olahan data diperoleh bahwa kualitas sistem informasi akuntansi (X1) mempunyai nilai signifikansi 0,000 kemudian apabila dibandingkan dengan nilai probabilitas 0,05 ternyata nilai probabilitas 0,05 lebih besar dari nilai probabilitas sig ($0,05 > 0,000$) maka artinya kualitas sistem informasi (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan klien (Y). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas sistem informasi akuntansi (X1) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan klien (Y), diterima.

3. Kualitas Informasi (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan klien (Y)

Hasil olahan data diperoleh bahwa kualitas informasi (X2) mempunyai nilai signifikansi 0,000 kemudian apabila dibandingkan dengan nilai probabilitas 0,05 ternyata nilai probabilitas 0,05 lebih besar dari nilai probabilitas sig ($0,05 > 0,000$) maka artinya kualitas informasi (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan klien (Y). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas sistem informasi akuntansi (X1) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan klien (Y), diterima.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Kualitas sistem informasi akuntansi dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen

Temuan penelitian yang dapat dikemukakan adalah adanya pengaruh langsung positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama antara variabel kualitas sistem informasi akuntansi (X1) dan kualitas informasi (X2) terhadap kepuasan klien (Y) pada Kantor Administrasi Keuangan Trampil, di Kota Gorontalo. Hasil uji persamaan struktural menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan berperan menentukan kepuasan klien. Besarnya pengaruh ini menunjukkan bahwa kualitas sistem informasi akuntansi dan kualitas informasi berperan dalam upaya peningkatan kepuasan klien dalam mempercayakan dan menggunakan jasa keuangan Kantor Administrasi Keuangan Trampil.

Pengaruh kualitas sistem informasi akuntansi terhadap kepuasan klien lebih dominan daripada pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan klien. Hal tersebut disebabkan oleh fakta yang ditemukan pada Kantor Administrasi Keuangan Trampil dimana sistem informasi akuntansi merupakan faktor utama dalam mendorong kepuasan klien. Terlebih lagi di era modern yang semuanya menuntut untuk memproses data secara cepat dan tepat namun dalam waktu yang singkat. *Output* data yang dihasilkan juga harus dapat dipercaya dan bebas dari kesalahan formula. Sistem informasi akuntansi dapat dikatakan sebagai mesin produksi utama pada Kantor Administrasi Keuangan Trampil dalam menghasilkan produk yang berupa jasa

administrasi keuangan. Ditengah persaingan bisnis yang ketat, Sistem Informasi Akuntansi menjadi faktor penentu dalam menentukan apakah klien mendapat kepuasan yang sudah diharapkan.

Ibu Rahmawati Djafar selaku klien yang sudah lama dan dapat dikatakan loyal pada lokasi penelitian mengatakan bahwa beliau hampir tidak menemukan kesalahan maupun cacat hitung atas informasi yang dihasilkan dari sistem informasi akuntansi yang dimiliki oleh kantor administrasi keuangan trampil. Selain itu, sistem yang digunakan sangat memudahkan karena memiliki *user-interface* yang sangat simpel dan terkoneksi langsung dengan *database* yang ada pada kantor administrasi keuangan trampil sehingga dapat langsung diproses dan diolah dari yang tadinya bersifat mentah menjadi informasi yang lebih berguna dalam pengambilan keputusan. Contoh inilah yang dapat dijadikan dasar bahwa kualitas sistem informasi akuntansi sangat berpengaruh terhadap kepuasan klien.

Pembahasan diatas juga didukung oleh teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang ditulis oleh Lui and Jamieson (2003), dimana dalam buku itu menjelaskan bahwa sistem informasi yang baik harus memenuhi dua unsur persepsi yaitu kemudahan pengguna (*perceived ease of use*) dan kemanfaatan (*perceived usefulness*). Kemudahan pengguna berarti bahwa sistem dipersepsikan sebagai suatu alat yang dapat dengan mudah dipelajari, menyesuaikan diri dengan kebutuhan pengguna dan tidak rumit sehingga memudahkan pengguna dalam mengoperasikan. Sistem informasi juga harus memenuhi persepsi kebermanfaatan (*usefulness*) yaitu

membawa timbal balik yang positif kepada pengguna sistem. Persepsi kerbermanfaatan (*perceived usefulness*) juga mengartikan bahwa sistem informasi dipersepsikan sebagai suatu instrumen alat yang dapat membawa kemudahan atau mempermudah kehidupan pengguna sistem informasi tersebut.

Kualitas informasi juga turut berpengaruh kepada kepuasan klien pada Kantor Administrasi Keuangan Trampil. 4 dimensi kualitas informasi seperti yang diterangkan oleh Azhar Susanto (2013:38), yaitu akurat, relevan, tepat waktu, dan lengkap dapat berpengaruh kepada kepuasan klien. Produk utama yang dihasilkan oleh lokasi penelitian adalah informasi yang bersifat finansial yang dapat dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan klien, sehingga kualitas informasi menjadi hal yang krusial dalam menentukan kepuasan klien.

4.7.2 Kualitas Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan klien

Seperti yang telah dijelaskan pada bab II, dimana menurut teori yang dikemukakan oleh Lee & Wan (2003), sistem informasi yang baik memiliki beberapa kualitas seperti integritas, kecepatan akses, keandalan sistem dan fleksibilitas. Ibu Ida selaku akuntan di UD Liana Gorontalo dan merupakan klien tetap Kantor Administrasi Keuangan Trampil, mengatakan bahwa sistem yang dimiliki Kantor Administrasi Keuangan Trampil memiliki keunggulan yang antara lain : sangat cepat untuk diakses, transparan, disusun dengan formulasi akuntansi yang *up-to-date*, dan tidak memiliki kompleksitas yang rumit. Hal inilah yang menjadi faktor utama perusahaan tempat beliau bekerja selalu mempercayakan Kantor Administrasi

Keuangan Trampil untuk mengolah data finansial yang mereka miliki. Penjelasan diatas seakan sangat mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan dimana kualitas sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan klien.

4.7.3 Kualitas Informasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan klien

Informasi yang berkualitas memiliki beberapa indikator seperti : akurat, relevan, tepat waktu, dan lengkap (Azhar Susanto, 2013). Dalam konteks penelitian ini, kualitas informasi menjadi penting apabila dikaitkan dengan kepuasan klien. Informasi harus disajikan tanpa kesalahan-kesalahan yang berakibat menyesatkan, informasi juga harus dapat relevan dengan kondisi saat itu, tepat waktu, dan disajikan secara detail, lengkap dan muktahir. Klien memerlukan informasi yang dapat digunakan tepat pada waktunya, selain itu informasi yang dihasilkan juga harus bebas dari kesalahan sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan nanti. Informasi yang berkualitas dapat meningkatkan kepuasan klien.

Penjelasan diatas didukung dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan klien.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X1) dan Kualitas Sistem Akuntansi (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan klien pada Kantor Administrasi Terampil (Y).
2. Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan klien pada Kantor Administrasi Terampil (Y).
3. Kualitas Informasi (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan klien pada Kantor Administrasi Terampil (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan maka dapat disarankan sebagai berikut :

1. Disarankan kepada Kantor Administrasi Keuangan Trampil untuk senantiasa memperhatikan dan mengembangkan kualitas sistem informasi akuntansi dan kualitas informasi yang dihasilkan. Disarankan juga agar terus melakukan *maintenance* terhadap sistem sehingga sistem informasi akuntansi dapat terus terjaga kualitasnya.
2. Disarankan juga kepada peneliti selanjutnya untuk lebih memperdalam kajian dengan teori-teori yang baru

Daftar Pustaka

- Azhar Susanto. 2008. Sistem Informasi Akuntansi. Bandung: Lingga Jaya.
- _____. 2013. Sistem Informasi Akuntansi. Bandung: Lingga Jaya.
- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Birley Peter. 2010. *How it can improve Your Small Business Secure Biz Network*
- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A., 2003, Service Marketing (3 rd ed.)
- Djaslim Saladin. 2003. Manajemen Pemasaran. Bandung: Linda Karya
- Djam'an Satrori dan Aan Komariah. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Kotler , dan Keller, 2002. "Marketing Management Edisi 14". Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- _____, 2005. "Manajemen Pemasaran Edisi 13". Jakarta : Erlangga.
- _____, 2008. "Manajemen Pemasaran Edisi 13". Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip. 2006. Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kesebelas, Jakarta: Gramedia
- Kotler , P, dan G. Amstrong, 2009. "Dasar-Dasar Pemasaran (Prinsip Pemasaran) Jilid 2". Jakarta : Erlangga.

Krismiaji, 2015. Sistem Informasi Akuntansi. Edisi Keempat. Yogyakarta : UPP
STIM YKPN.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek. Depok:
Salemba Empat

Laudon, Kenneth C dan Laudon, Jane P. Diterjemahkan oleh Chriswan Sungkono dan
Machmudin Eka P. 2007. Sistem informasi akuntansi. Jakarta : Salemba Empat.

Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7x`. Jakarta :
Erlangga

Mulyadi. 2003. Sistem Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat

_____. 2008. Auditing Buku 1. Jakarta : Salemba Empat.

_____. 2013. Auditig, Jakarta : Salemba Empat.

_____. 2014. Sistem Akuntansi. Yogyakarta: Salemba Empat.

_____. 2016. Sistem Akuntansi, Jakarta : Salemba Empat.

Sugiyono 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:
Penerbit Alfabeta

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT
Alfabet. Danandjadja

Tjiptono, Fandy, Ph.D. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit

Andi

_____. 2012. Service Management: Mewujudkan Layanan Prima.

_____. 2000. Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. Service Quality and Satisfaction.

Yogyakarta : CV Andi Offset

LAMPIRAN

DATA KLIEN Kantor Jasa Akuntan		
No	Nama	Alamat
1	UD Liana	Jl Limba U1, Apotik Liana
2	CV Liana	Kota selatan
3	PT Cipta Langgeng	Sipatana
4	PT Andara Sejati Pratama	Kota Timur
5	PT Azwa Utama	Kota UTara
6	PT Citra Andara Utama (Perumahan Citra Garden Libuo)	Kota Timur
7	Mutiara Pabrik Tegel	Jl. Jamaludin Malik No. 15 Rt 01/01 Kecamatan Kota Selatan, Kabupaten Gorontalo, Provinsi Gorontalo
8	CV Mufidah	Kota Tengah
9	Badan Usaha Karya Mandiri	Desa Otopade Kec. Bongomeme, Gorontalo, Gorontalo
10	PT Trijaya Tangguh	Jl. Trans Sulawesi Isimu Raya Kec. Tibawa, Gorontalo, Gorontalo
11	Badan Usaha Melati Dua Krawang	Jl. Brigjen Piola Isa, Gorontalo, Gorontalo

12	PT Mimoza Multimedia Gorontalo	Kota Tengah
13	Ibu Feby Limberd	Kota Tengah
14	PT Mimoza Multimedia Gorontalo	Kota Tengah
15	Badan Usaha Surya Perkasa Mandiri, CV	Jl. Jeruk No.23, Gorontalo, Gorontalo
16	Badan Usaha Bumi Jaya, UD	Jl. Proklamasi (nani Wartabone) No. 50, Gorontalo, Gorontalo
17	Toko Atom	Kota Selatan
18	Toko Siaga	Kota Selatan
19	Badan Usaha Massindo Unggul Timur, PT	Jl.beringin, Gorontalo, Gorontalo
20	Regina Café	Kota Timur
21	Bengkel Awara	Kota Tengah
22	Toko Marvin	Kota Utara
23	UD super top	Jl. Gelatik, Heledulaa, Kota Tim., Kota Gorontalo, Gorontalo
24	Toko Bintang Abadi	Kota Selatan
25	Ekspedisi Tritunggal	Kota Timur
26	Ekspedisi Maratus	Kota Timur

27	CV Amanda Jaya	Kota Tengah
28	Karsa Utama Supermarket	Kota Selatan
29	CV Q mart Putra Bone	Kota Tengah
30	PT. Indah Logistik Cab. Gorontalo	Jl. Bali, Pulubala, Kota Tengah, Kota Gorontalo
31	PT NSC Finance	Kota tengah
32	PT Hexindo AdiPerkasa	Kota tengah
33	One Hose Gorontalo	Kota tengah
34	Ibu Febby Silas	Kota Selatan
35	Bapak Alred Kalangie	Kota Selatan
36	Ibu Helena Silas	Kota Selatan
37	Ibu Agustina Singal	Kota Selatan
38	Makmur Kencana Motor	Jl. Nani Wartabone No.19, Biawao, Kota Sel., Kota Gorontalo,
40	PT. TRIOS MITRA UTAMA	Jl. S. Parman No. 61 Gorontalo
41	PT. CENTURY NUSAPHALA PRATAMA	Jl. Jend. Akhmad Yani No. 26 Gorontalo
42	Toko Buah Hati Family	Kota Utara
43	Usaha Mikrotik Awara Karya	Perumahan Awara Karya Kota tengah
44	Bpk Boris Maulana	Kota Tengah
45	PT Wilnatama Regency	Tapa

46	PT Togo Jaya	Jl Raja Eyato
47	Sama Rasa Roti	Jl Kirab Desa Pantungo Kec Telaga Biru, Gorontalo, Gorontalo
48	Pelangi Rancang Bangun	Jl. Kh. Agus Salim No.208
49	Badan Usaha Putra Pembangunan	Jl. Teuku Umar 44
50	Badan Usaha Beringin Jaya I	Desa Ilotidaa
51	Badan Usaha Cita Rasa	Desa Pantungo Kecamatan Telaga
52	CV Belanico	Jl. Lupoyo Kecamatan Kota Utara
53	Ishak M Yusuf	Paguat
54	Toko Seng	Paguat
55	Melati Karya	Taruna Kota Selatan
56	Badan Usaha Teratai	Jalan Usman Isa, Kota Barat
57	Cempaka Indah	Kota Utara
58	PT Kurenai Jaya	Jl Mayor Dullah Leato
59	PT Usaha Mina	Jl Yos Sudarso no 151 kota selatan
60	CV Miyagi	jl beringin no 315 kota barat
61	PT Hulondalo rajawali utara	Jl Rajawali no 6
62	PT Rajawali Hiyoto gorontalo	Jln Ahmad Wahab Telaga
63	Sumber krawang	Andalas no 109
64	UD Santika	Kota Selatan

65	Hasrat Gilingan Padi	Limboto
66	PT Multi Unggul Kencana	Kec Kota Selatan Kota Gorontalo
67	Badan Usaha Naga Mas	Kec Kabila
68	Sinar Jaya	Kec Kabila
69	CV Dirgahayu Baru	Jalan Poigar Kecamatan Kota Utara Kota Gorontalo
70	Mutiara Pabrik Tegel	Jl. Jamaludin Malik No. 15 Rt 01/01 Kecamatan Kota Selatan, Kabupaten Gorontalo, Provinsi Gorontalo
71	PT Sinar Lestari	Kota Selatan

KUISIONER PENELITIAN

Identitas Responden.

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan

Profil Usaha :
(Perusahaan / Perseorangan)

Jabatan :

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda silang (x) pada jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya

Kualitas Sistem Informasi (X1)

A. Integritas

1. Sistem memiliki *User Interface* yang sederhana
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat tidak setuju
2. Cara mengoperasikan sistem sangat mudah dipahami
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat tidak setuju
3. Data dari sistem dapat diakses kapan saja
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju

- c. ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

B. Kecepatan Akses

- 4. Sistem mampu memproses data secara cepat
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat tidak setuju
- 5. Sistem selalu menghasilkan informasi yang berguna tepat pada waktunya
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat tidak setuju

C. Keandalan Sistem

- 6. Sistem menghasilkan informasi yang tidak memiliki kesalahan hitung
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat tidak setuju
- 7. Sistem mampu menghasilkan data yang bebas dari kerentanan masalah akurasi informasi
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. ragu-ragu
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat tidak setuju

D. Fleksibilitas

12. Sistem dapat disesuaikan dengan kebutuhan klien masing-masing

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

Kualitas Informasi (X2)

A. Akurat

8. Informasi yang dihasilkan bebas dari kesalahan

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

9. Informasi yang dihasilkan tidak menyesatkan

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

B. Relevan

10. Informasi yang dihasilkan bermanfaat sehingga dapat digunakan bagi klien

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

C. Tepat Waktu

11. Informasi yang dihasilkan selalu tepat waktu disaat informasi itu dibutuhkan

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

D. Lengkap

12. Informasi disajikan secara jelas

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

13. Informasi disajikan secara detail

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

14. Informasi yang dihasilkan bersifat muktahir

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

Kepuasan Klien (Y)

15. Hasil pekerjaan yang dihasilkan oleh Kantor Administrasi Keuangan Trampil sudah sesuai dengan harapan

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. ragu-ragu

- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

16. Saya memiliki minat untuk berkunjung kembali

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

17. Saya bersedia untuk merekomendasikan Kantor Administrasi Keuangan Trampil kepada orang lain

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. ragu-ragu
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat tidak setuju

No Responden	KUALITAS SIA (X1)				TOTAL	KUALITAS INFORMASI (X2)				TOTAL	KEPUASAN KLIEN (Y)			TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		Y1	Y2	Y3	
1	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	4	4	12
2	3	3	3	3	9	5	4	5	4	18	4	4	3	11
3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	4	5	4	4	17	4	5	4	5	18	5	5	5	15
5	4	3	3	4	14	3	3	4	4	14	5	3	3	11
6	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	4	14
7	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	12
8	4	3	5	5	17	5	5	5	5	20	3	5	5	13
9	4	5	4	4	17	4	5	4	5	18	4	5	5	14
10	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20	4	5	4	13
11	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	15
12	4	5	5	4	18	4	5	4	5	18	5	5	5	15
13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
14	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	15
15	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	15
16	3	4	5	3	15	3	4	3	4	14	5	4	4	13
17	4	4	4	3	15	3	5	5	4	17	4	4	4	12
18	4	4	5	5	18	5	4	4	5	18	5	5	5	15
19	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14	4	4	4	12
20	4	3	4	3	14	3	4	3	4	14	4	4	5	13
21	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	4	4	4	12
22	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	12

23	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	4	3	4	11
24	3	4	4	4	15	3	4	3	3	13	4	3	4	11
25	3	3	3	4	13	3	4	3	3	13	4	4	4	12
26	4	4	4	4	16	3	3	3	4	13	4	4	3	11
27	4	3	4	4	15	4	5	5	5	19	5	4	5	14
28	5	4	4	4	17	3	5	3	3	14	4	3	5	12
29	4	3	4	4	15	3	5	3	3	14	4	3	5	12
30	5	4	5	5	19	4	5	5	4	18	5	5	5	15
31	3	4	4	4	15	3	4	3	4	14	4	5	4	13
32	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	5	4	4	13
33	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	5	5	4	14
34	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	15
35	4	5	4	4	17	4	5	4	5	18	5	5	5	15
36	4	3	3	4	14	4	3	4	3	14	5	3	3	11
37	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	15
38	3	3	4	4	14	5	5	5	5	20	4	4	4	12
39	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	5	5	5	15
40	4	4	5	4	17	4	5	4	5	18	4	5	5	14
41	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	15
42	4	3	4	3	14	3	3	3	3	12	4	4	4	12
43	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	5	5	4	14
44	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	5	5	4	14
45	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
46	4	5	5	5	19	4	5	5	4	18	5	5	5	15
47	5	4	4	4	17	5	4	5	4	18	5	5	4	14
48	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	15

49	4	5	5	4	18	4	5	4	5	18	5	5	5	15
50	3	3	3	4	13	3	3	4	4	14	5	3	3	11
51	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	5	5	15
52	4	4	3	4	15	5	5	5	5	20	4	4	4	12
53	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
54	4	4	5	4	17	4	5	4	5	18	4	5	5	14
55	3	4	4	4	15	5	5	5	5	20	4	5	4	13
56	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	15
57	4	4	5	5	18	4	5	4	5	18	5	5	5	15
58	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
59	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	15
60	4	3	3	3	13	5	5	4	5	19	5	4	4	13
61	4	4	3	3	14	4	5	4	5	18	4	3	4	11
62	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12	4	4	4	12
63	5	3	4	5	17	3	4	4	5	16	5	5	5	15
64	3	4	4	4	15	3	4	2	5	14	3	3	3	9

Tabel Frekuensi

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	9	14.1	14.1	14.1
4	41	64.1	64.1	78.1
5	14	21.9	21.9	100.0
Total	64	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	15	23.4	23.4	23.4
4	28	43.8	43.8	67.2
5	21	32.8	32.8	100.0
Total	64	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	9	14.1	14.1	14.1
4	32	50.0	50.0	64.1
5	23	35.9	35.9	100.0
Total	64	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	7	10.9	10.9	10.9
4	36	56.3	56.3	67.2
5	21	32.8	32.8	100.0
Total	64	100.0	100.0	

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	18	28.1	28.1	28.1
4	16	25.0	25.0	53.1
5	30	46.9	46.9	100.0
Total	64	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	8	12.5	12.5	12.5
4	17	26.6	26.6	39.1
5	39	60.9	60.9	100.0
Total	64	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.6	1.6	1.6
3	14	21.9	21.9	23.4
4	17	26.6	26.6	50.0
5	32	50.0	50.0	100.0
Total	64	100.0	100.0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	11	17.2	17.2	17.2
4	16	25.0	25.0	42.2
5	37	57.8	57.8	100.0
Total	64	100.0	100.0	

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	2	3.1	3.1	3.1
Valid 4	25	39.1	39.1	42.2
5	37	57.8	57.8	100.0
Total	64	100.0	100.0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	9	14.1	14.1	14.1
Valid 4	18	28.1	28.1	42.2
5	37	57.8	57.8	100.0
Total	64	100.0	100.0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	6	9.4	9.4	9.4
Valid 4	25	39.1	39.1	48.4
5	33	51.6	51.6	100.0
Total	64	100.0	100.0	

Uji Validitas dan Reliabilitas

Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Kualitas Sistem Informasi
X1.1	Pearson Correlation	1	.407**	.348**	.501**	.695**
	Sig. (2-tailed)		.001	.005	.000	.000
	N	64	64	64	64	64
X1.2	Pearson Correlation	.407**	1	.584**	.494**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64
X1.3	Pearson Correlation	.348**	.584**	1	.556**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.000	.000
	N	64	64	64	64	64
X1.4	Pearson Correlation	.501**	.494**	.556**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	64	64	64	64	64
Kualitas Sistem Informasi	Pearson Correlation	.695**	.798**	.794**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	4

Kualitas Informasi (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Kualitas Informasi
X2.1	Pearson Correlation	1	.580**	.828**	.655**	.902**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64
X2.2	Pearson Correlation	.580**	1	.554**	.705**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64
X2.3	Pearson Correlation	.828**	.554**	1	.590**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	64	64	64	64	64
X2.4	Pearson Correlation	.655**	.705**	.590**	1	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	64	64	64	64	64
Kualitas Informasi	Pearson Correlation	.902**	.809**	.877**	.850**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	4

Kualitas Informasi (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Kepuasan Klien
Y1	Pearson Correlation	1	.451**	.352**	.707**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.000
	N	64	64	64	64
Y2	Pearson Correlation	.451**	1	.629**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	64	64	64	64
Y3	Pearson Correlation	.352**	.629**	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.000
	N	64	64	64	64
Kepuasan Klien	Pearson Correlation	.707**	.881**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	3

Uji Hipotesis

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Informasi ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Klien

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.829 ^a	.687	.677	.904

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Informasi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	109.533	2	54.767	66.943	.000 ^b
	Residual	49.904	61	.818		
	Total	159.438	63			

a. Dependent Variable: Kepuasan Klien

b. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Informasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.981	.908		3.283	.002
	Kualitas Sistem Informasi	.426	.062	.593	6.890	.000
	Kualitas Informasi	.195	.050	.337	3.907	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Klien

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
47	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
48	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
51	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
52	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
58	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
59	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
60	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
61	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
62	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
63	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671
64	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946	1.4659	1.7303	1.4322	1.7672
65	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960	1.4709	1.7311	1.4378	1.7673
66	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974	1.4758	1.7319	1.4433	1.7675
67	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988	1.4806	1.7327	1.4486	1.7676
68	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001	1.4853	1.7335	1.4537	1.7678
69	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015	1.4899	1.7343	1.4588	1.7680
70	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028	1.4943	1.7351	1.4637	1.7683

TABEL R STATISTIKA

rumushitung.com

<http://rumushitung.com>

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
1	0,9877	0,9969	0,9995	0,9999	1,0000
2	0,9000	0,9500	0,9800	0,9900	0,9990
3	0,8054	0,8783	0,9343	0,9587	0,9911
4	0,7293	0,8114	0,8822	0,9172	0,9741
5	0,6694	0,7545	0,8329	0,8745	0,9509
6	0,6215	0,7067	0,7887	0,8343	0,9249
7	0,5822	0,6664	0,7498	0,7977	0,8983
8	0,5494	0,6319	0,7155	0,7646	0,8721
9	0,5214	0,6021	0,6851	0,7348	0,8470
10	0,4973	0,5760	0,6581	0,7079	0,8233
11	0,4762	0,5529	0,6339	0,6835	0,8010
12	0,4575	0,5324	0,6120	0,6614	0,7800
13	0,4409	0,5140	0,5923	0,6411	0,7604
14	0,4259	0,4973	0,5742	0,6226	0,7419
15	0,4124	0,4821	0,5577	0,6055	0,7247
16	0,4000	0,4683	0,5425	0,5897	0,7084
17	0,3887	0,4555	0,5285	0,5751	0,6932
18	0,3783	0,4438	0,5155	0,5614	0,6788
19	0,3687	0,4329	0,5034	0,5487	0,6652
20	0,3598	0,4227	0,4921	0,5368	0,6524
21	0,3515	0,4132	0,4815	0,5256	0,6402
22	0,3438	0,4044	0,4716	0,5151	0,6287
23	0,3365	0,3961	0,4622	0,5052	0,6178
24	0,3297	0,3882	0,4534	0,4958	0,6074
25	0,3233	0,3809	0,4451	0,4869	0,5974
26	0,3172	0,3739	0,4372	0,4785	0,5880
27	0,3115	0,3673	0,4297	0,4705	0,5790
28	0,3061	0,3610	0,4226	0,4629	0,5703
29	0,3009	0,3550	0,4158	0,4556	0,5620
30	0,2960	0,3494	0,4093	0,4487	0,5541
31	0,2913	0,3440	0,4032	0,4421	0,5465
32	0,2869	0,3388	0,3972	0,4357	0,5392
33	0,2826	0,3338	0,3916	0,4296	0,5322
34	0,2785	0,3291	0,3862	0,4238	0,5254
35	0,2746	0,3246	0,3810	0,4182	0,5189
36	0,2709	0,3202	0,3760	0,4128	0,5126
37	0,2673	0,3160	0,3712	0,4076	0,5066
38	0,2638	0,3120	0,3665	0,4026	0,5007
39	0,2605	0,3081	0,3621	0,3978	0,4950
40	0,2573	0,3044	0,3578	0,3932	0,4896
41	0,2542	0,3008	0,3536	0,3887	0,4843
42	0,2512	0,2973	0,3496	0,3843	0,4791

43	0,2483	0,2940	0,3457	0,3801	0,4742
44	0,2455	0,2907	0,3420	0,3761	0,4694
45	0,2429	0,2876	0,3384	0,3721	0,4647
46	0,2403	0,2845	0,3348	0,3683	0,4601
47	0,2377	0,2816	0,3314	0,3646	0,4557
48	0,2353	0,2787	0,3281	0,3610	0,4514
49	0,2329	0,2759	0,3249	0,3575	0,4473
50	0,2306	0,2732	0,3218	0,3542	0,4432
51	0,2284	0,2706	0,3188	0,3509	0,4393
52	0,2262	0,2681	0,3158	0,3477	0,4354
53	0,2241	0,2656	0,3129	0,3445	0,4317
54	0,2221	0,2632	0,3102	0,3415	0,4280
55	0,2201	0,2609	0,3074	0,3385	0,4244
56	0,2181	0,2586	0,3048	0,3357	0,4210
57	0,2162	0,2564	0,3022	0,3328	0,4176
58	0,2144	0,2542	0,2997	0,3301	0,4143
59	0,2126	0,2521	0,2972	0,3274	0,4110
60	0,2108	0,2500	0,2948	0,3248	0,4079
61	0,2091	0,2480	0,2925	0,3223	0,4048
62	0,2075	0,2461	0,2902	0,3198	0,4018
63	0,2058	0,2441	0,2880	0,3173	0,3988
64	0,2042	0,2423	0,2858	0,3150	0,3959
65	0,2027	0,2404	0,2837	0,3126	0,3931
66	0,2012	0,2387	0,2816	0,3104	0,3903
67	0,1997	0,2369	0,2796	0,3081	0,3876
68	0,1982	0,2352	0,2776	0,3060	0,3850
69	0,1968	0,2335	0,2756	0,3038	0,3823
70	0,1954	0,2319	0,2737	0,3017	0,3798
71	0,1940	0,2303	0,2718	0,2997	0,3773
72	0,1927	0,2287	0,2700	0,2977	0,3748
73	0,1914	0,2272	0,2682	0,2957	0,3724
74	0,1901	0,2257	0,2664	0,2938	0,3701
75	0,1888	0,2242	0,2647	0,2919	0,3678
76	0,1876	0,2227	0,2630	0,2900	0,3655
77	0,1864	0,2213	0,2613	0,2882	0,3633
78	0,1852	0,2199	0,2597	0,2864	0,3611
79	0,1841	0,2185	0,2581	0,2847	0,3589
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393

Tabel Distribusi T (N = 40 - 80

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
LEMBAGA PENELITIAN (LEMLIT)
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO**

Jl. Raden Saleh No. 17 Kota Gorontalo
Telp: (0435) 8724466, 829975; Fax: (0435) 82997;
E-mail: lembagapenelitian@unisan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 1589/SK/LEMLIT-UNISAN/GTO/IV/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Rahmisyari, ST., SE
NIDN : 0929117202
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

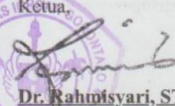
Menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Reynaldy Limbert
NIM : F1116018
Fakultas : Fakultas Ekonomi
Program Studi : Akuntansi
Judul Penelitian : PENGARUH SISTEM AKUNTANSI TERHADAP
KEPUASAN CLIENT

Adalah benar telah melakukan pengambilan data penelitian dalam rangka Penyusunan Proposal/Skripsi
pada KANTOR JASA AKUNTAN TRAMPIL.

Gorontalo, 04 April 2019

Ketua,


Dr. Rahmisyari, ST., SE
NIDN 0929117202

**KANTOR ADMINISTRASI
TRAMPIL**

SIUP NO. 0766.0132/KPPT/IZ/PK/II/2016 (P.1)

**JL.HUSNI THAMRIN NO 1A LIMBA U1
GORONTALO**

SURAT KETERANGAN

28 September 2019

Melalui surat ini, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Joni Lontoh

Jabatan : Kepala Kantor

Menerangkan bahwa mahasiswa dengan nama **REYNALDY LIMBERT** telah melakukan penelitian di kantor kami dengan judul penelitian **PENGARUH KUALITAS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUASAN KLIEN.**

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana diperlukan.

Gorontalo, 29 September 2019



Joni Lontoh



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS ICHSAN
(UNISAN) GORONTALO**

SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001
Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Telp (0435) 829975 Fax (0435) 829976 Gorontalo

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI

No. 0029/UNISAN-G/S-BP/IV/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sunarto Taliki, M.Kom
NIDN : 0906058301
Unit Kerja : Pustikom, Universitas Ichsan Gorontalo

Dengan ini Menyatakan bahwa :

Nama Mahasisw : RENALDI LIMBERD
NIM : E1116018
Program Studi : Akuntansi (S1)
Fakultas : Fakultas Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pelayanan Pada Kantor Administrasi Keuangan Terampil Di Kota Gorontalo

Sesuai dengan hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil Similarity sebesar 16%, berdasarkan SK Rektor No. 237/UNISAN-G/SK/IX/2019 tentang Panduan Pencegahan dan Penanggulangan Plagiarisme, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 35% dan sesuai dengan Surat Pernyataan dari kedua Pembimbing yang bersangkutan menyatakan bahwa isi softcopy skripsi yang diolah di Turnitin SAMA ISINYA dengan Skripsi Aslinya serta format penulisannya sudah sesuai dengan Buku Panduan Penulisan Skripsi, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan BEBAS PLAGIASI dan layak untuk diujikan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 04 April 2020

Tim Verifikasi,

Sunarto Taliki, M.Kom

NIDN. 0906058301

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing I dan Pembimbing II
4. Yang bersangkutan
5. Arsip