

657.45
WID
2 a

**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT-ATRIBUT KUALITAS
AUDIT TERHADAP KEPUASAN KLIEN
(Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat
memperoleh derajat S-2 Magister Sains Akuntansi**



Diajukan oleh :

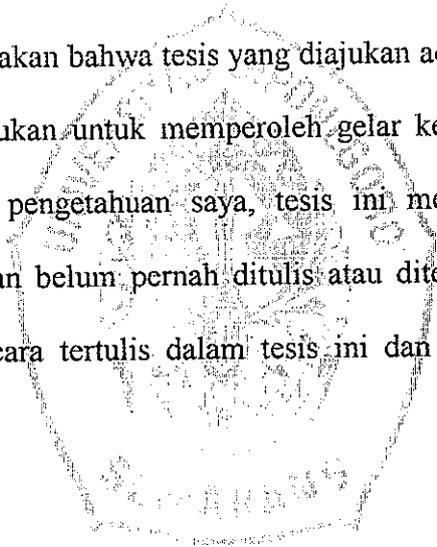
Nama : RIDWAN WIDAGDO

NIM : C4C000162

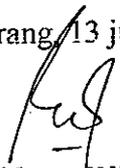
**PROGRAM STUDI MAGISTER SAINS AKUNTANSI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
TAHUN 2002**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis yang diajukan adalah hasil karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi lain, sepanjang pengetahuan saya, tesis ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu, dan belum pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain kecuali yang diacu secara tertulis dalam tesis ini dan disebutkan pada daftar pustaka



Semarang, 13 juni 2002


Ridwan Widagdo

MAGISTER SAINS AKUNTANSI

Tesis Berjudul

**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT-ATRIBUT KUALITAS AUDIT TERHADAP
KEPUASAN KLIEN**

(Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)

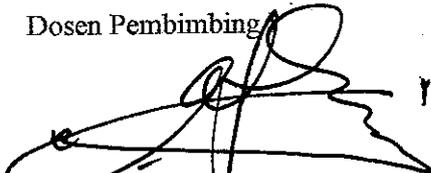
Yang dipersiapkan oleh

Ridwan Widagdo

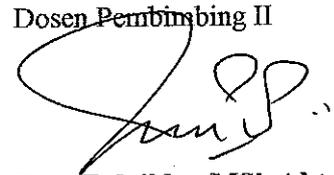
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada 13 Juni 2002
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Tim Penguji

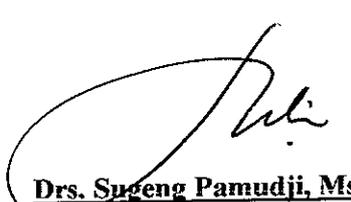
Dosen Pembimbing


Dr. H. Arifn Sabeni, Mcom, Hons, Akt.

Dosen Pembimbing II


Dra. Zulaikha, MSi, Akt.

Anggota Tim Penguji


Drs. Sugeng Pamudji, Msi, Akt.


Drs. Agus Purwanto MSi, Akt.


Drs. Kholik Mahfud, MSi.

Semarang, 13 Juni 2002

Universitas Diponegoro

Program Pascasarjana

Program Studi Magister Sains Akuntansi

Program




Drs. Mohammad Nasir, MSi, Akt.

Halaman Persembahan

*Karya kecilku ini
kuperuntukkan buat ke dua
orang tuaku, saudara-
saudaraku kakaku Rudhi,
mbak Reny, dan adikku
retno,dan Ririn terima kasih
atas dukungannya selama ini.*

ABSTRACT

The study about audit quality has been done. But study that purposed to examine the audit quality have influence to client satisfaction is rare done. This research empirically re-examine the effect of audit quality to client satisfaction as Bhen et al (1997) studies.

The primary data of this study received from perception of financial managers or controller, that distributed by mail survey. A 305 manager/controller that registered in BEJ Directory were sent. The quistionary 68 (22,29 %) gave their respons and analyze by Ordinari Least Square supported by spss 10.00 program.

The results showed that the were a different result between this study and Bhen et al (1997). Studys attribute that effected client satisfaction, the atribute is strong commitment on audit quality.

Key words : audit quality, client satisfaction, Ordinari Least Square.

ABSTRAKSI

Penelitian tentang kualitas audit telah banyak dilakukan, tetapi penelitian yang menguji apakah kualitas audit berpengaruh terhadap kepuasan klien masih jarang dilakukan. Penelitian ini secara empiris menguji kembali pengaruh kualitas audit pada kepuasan klien, seperti yang dilakukan oleh Bhen et. al (1997).

Data primer pada penelitian ini diperoleh dari persepsi manajer keuangan/*controller* yang mengisi dan mengembalikan kuesioner kepada peneliti. Data dikumpulkan dengan *mail survey*, yang didistribusikan ke 305 manajer keuangan /*controller* perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. 68 (22,29%) kuesioner yang kembali kemudian dianalisis dengan teknik (OLS)/*Ordinari Least Square* yang dibantu program SPSS Versi 10.0

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan hasil penelitian antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Bhen et. al (1997), yaitu adanya penemuan baru atribut kualitas audit yang berpengaruh terhadap kepuasan klien, atribut itu adalah komitmen yang kuat terhadap kualitas audit.

Kata-kata kunci : Kualitas Audit, Kepuasan Klien, *Ordinari Least Square*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi pada Program Pascasarjana Magister Sains Akuntansi di Universitas Diponegoro-Semarang.

Penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari sempurna dan semua itu tidak lepas dari kodrat manusia penulis yang selalu mempunyai kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Ada banyak pihak yang memberikan bantuan moril dan materil baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian tesis ini. Melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Arifin Sabeni, Mcom Hons.Akt. selaku pembimbing utama telah banyak memberikan petunjuk serta pengarahan. dengan penuh kesabaran dan keiklasan dalam membimbing penulis menyelesaikan tesis.
2. Ibu Zulaikha, MSi, Akt. selaku pembimbing anggota yang juga dengan tulus membimbing penulis untuk memahami logika teoritis akuntansi.
3. Dewan Penguji yang terdiri dari : Drs Sugeng Pamudji, Msi,Akt, Drs. Agus Purwanto,MSi,Akt,dan Drs.Kholik Mahfud.
4. Pimpinan dan Staf Admisi Pengelola Program Magister Akuntansi yang telah membantu kelancaran administrasi penulis dari awal kuliah sampai penyelesaian tesis ini.
5. Bapak dan Ibu yang senantiasa mendoakan serta saudara- saudaraku Rudhi, Reny, Retno, Ririn, Senatun, Erik dan keponakanku Amin, yang telah memberi dukungan moril dan materil dengan segenap rasa cintanya.

6. Rekan-rekan spesial yang tercinta Ciolin serta Kusumawhardhani Gank's (Sukma, Joko, Surya, Nasron, Pak Wasito, Sony, Pak Dwi) dan seluruh angkatan III yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.

Akhirnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu semoga Allah SWT melimpahkan ridho dan hidayahnya atas segala amal baiknya. Terlebih bagi umatnya yang sedang menuntut ilmu bermanfaat.

Billahi Fi Sabililhaq Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang , 13 Juny 2002

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN.....	ii
PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
2. TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS	
2.1. Telaah Pustaka.....	6
2.1.1. Kepuasan Pelanggan.....	7
2.1.2. Kualitas Audit.....	9
2.2. Kualitas dan Kepuasan Klien.....	10
2.2.1. Pengalaman Melakukan Audit.....	12
2.2.2. Memahami Industri Klien.....	14
2.2.3. Responsif Atas Kebutuhan Klien.....	15
2.2.4. Taat Pada Standar Umum.....	15
2.2.5. Independensi.....	16
2.2.6. Sikap Hati-hati.....	16

2.2.7. Komitmen yang Kuat Terhadap Kualitas Audit.....	17
2.2.8. Keterlibatan Pimpinan KAP.....	18
2.2.9. Melakukan Pekerjaan Lapangan Dengan Tepat.....	18
2.2.10. Keterlibatan Komite Audit.....	19
2.2.11. Standar Etika Yang Tinggi.....	19
2.2.12. Tidak Mudah Percaya.....	20
2.3. Penelitian Terdahulu Tentang Kualitas Audit.....	20
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis.....	24
2.4.1. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
2.4.2. Hipotesis Penelitian.....	26
3. METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis dan Sumber Data	27
3.2. Populasi dan Prosedur Penentuan Sampel	27
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	29
3.4.1. Kualitas Audit.....	29
3.4.2. Kepuasan Klien.....	30
3.5. Teknik Analisis.....	30
4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Responden.....	34
4.2. Uji Non-Response Bias.....	37
4.3. Statistik Deskriptif.....	38
4.4. Uji Kualitas Data.....	39
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	42
4.6. Hasil Uji Hipotesis.....	45

5. KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN KETERBATASAN	
5.1. Kesimpulan.....	51
5.2. Implikasi.....	52
5.3. Keterbatasan.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka pemikiran teoritis Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Kepuasan Klien.....	25
2. Model Persamaan Hipotesis.....	33

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1. Rangkuman Penelitian Terdahulu Tentang Kualitas Audit	23
2. Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	35
3. Profil Responden	36
4. Pengujian Non Respon Bias	38
5. Statistik Deskriptif	38
6. Hasil Validitas Instrumen Variabel Penelitian	41
7. Pengaruh Atribut Kualitas Audit Dengan Kepuasan Klien	44

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

- A KUISIONER PENELITIAN
- B PRINT OUT SPSS 10.0 STATISTIK DESKRIPTIF
- C PRINT OUT SPSS 10.0 HASIL UJI RELIABILITAS
- D PRINT OUT SPSS 10.0 HASIL UJI VALIDITAS
- E PRINT OUT SPSS 10.0 HASIL UJI ASUMSI KLASIK
- F PRINT OUT SPSS 10.0 HASIL UJI HIPOTESIS
- G PRINT OUT SPSS 10.0 HASIL UJI NON RESPON BIAS
- H RIWAYAT HIDUP PENULIS

BAB 1

PENDAHULUAN

Bab ini membahas fenomena empiris dan deskripsi pemikiran yang menjadi latar belakang permasalahan dalam penelitian ini. Uraian mengenai latar belakang masalah, menjadi dasar bagi peneliti untuk merumuskan masalah pokok yang akan diteliti. Dalam bab ini juga dikemukakan tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

1.1. Latar Belakang Masalah

Sukses tidaknya suatu perusahaan sangat ditentukan oleh pelanggan. Seluruh kegiatan perusahaan yang diwujudkan dalam produk bermuara pada ketentuan akhir yang ditentukan oleh pelanggan. Kebutuhan dan keinginan pelanggan adalah kunci pokok dalam menjalankan bisnis (Jemslu Hutabarat, 1995). Sejalan dengan itu, perusahaan perlu mengadakan reposisi dan redefenisi terhadap pelanggannya agar dengan tepat menentukan nilai yang akan dikembangkan.

Perkembangan lingkungan bisnis yang terjadi pada akhir-akhir ini ditunjukkan dengan adanya pergeseran semakin berkembang dan meningkatnya bisnis pada sektor jasa. Industri sektor jasa ini sangat berperan dalam mendukung kemajuan perekonomian suatu negara. seperti yang dikatakan Koepp, dalam Cronin dan Taylor (1992) yang menyatakan bahwa industri disektor jasa akan meningkat secara berkelanjutan dan akan dominansi perekonomian suatu negara.

Banyak pihak yang tertarik untuk melihat lebih jauh lagi tentang bisnis disektor jasa ini, ketertarikan tersebut dicurahkan dalam masalah-masalah seperti kualitas jasa (Sutton, 1993; Parasuraman et. al., 1994) dan masalah kepuasan konsumen pengguna jasa (Crane, 1991; Bhen et. al., 1997). Oleh karena itu, penting sekali untuk mengetahui harapan mereka dan hal-hal yang membuat mereka puas atau tidak puas. Kesemua ini dapat dengan mudah didapatkan jawabanya dengan melalui suatu riset pelanggan atau klien (Handi Irawan, 2000).

Kantor Akuntan Publik (KAP) merupakan dunia industri yang relatif kompetitif. Lingkungan External audit dicirikan oleh kompetisi yang intens, tekanan *fee* dan pertumbuhan yang lambat (Elliot dan Jacobson 1994) Untuk berkompetisi secara sukses dalam lingkungan tersebut KAP harus secara kontinyu berusaha keras untuk melampaui harapan klien dan memaksimalkan kepuasan klien. dengan cara memahami faktor penentu kepuasan klien

Untuk mengetahui kepuasan pelanggan perlu tolak ukur, yaitu : bilamana tercapainya keseimbangan dari apa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan, misalnya dalam mengkonsumsi jasa. Bila sesuatu yang dirasakan oleh pelanggan itu melebihi harapan mereka maka ia akan puas. Untuk menilai sesuatu yang dirasakan, ukuran kualitas merupakan salah satu kriteria yang digunakan sebagai bahan pertimbangan. Kepuasan pada dasarnya meliputi tiga hal yaitu kualitas yang dirasakan, nilai yang dirasakan dan harapan pelanggan (Fornell 1996).

Atribut kualitas audit seharusnya memberikan penjelasan mengenai faktor-faktor yang menentukan kepuasan klien. Tetapi berbagai pendapat mengambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan audit dan kepuasan klien

merupakan sesuatu yang berdiri sendiri. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Tailor dan Baker (1994), adanya kesepakatan diantara peneliti pemasaran bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan klien/konsumen adalah konstruk yang berbeda tetapi memiliki hubungan yang dekat.

Sebagian besar studi yang pernah dilakukan dalam rangka mengevaluasi kualitas audit, selalu membuat kesimpulan dari sudut pandang auditor. Pandangan seperti ini dikemukakan antara lain oleh Mock dan Samet (1982). Sutton dan Lampe (1990), Sutton (1993) dan juga Schoroeder (1986) dengan fokus pimpinan tim audit. Sementara itu, Carcello (1992) berusaha lebih luas dengan memasukkan orang – orang yang menyiapkan laporan keuangan dan pengguna laporan keuangan sebagai bagian dari atribut kualitas audit. Dengan memasukkan faktor-faktor tersebut maka Carcello telah memberikan informasi lebih menyeluruh mengenai kualitas audit dari sudut pandang klien.

Bhen pada tahun 1997 juga mengadakan penelitian yang sama tentang atribut kualitas audit dengan melihat apakah atribut kualitas audit mempunyai hubungan secara langsung dengan kepuasan klien dengan menggunakan 12 faktor kualitas audit yang dikembangkan oleh Carcello et al yang meliputi : Pengalaman tim audit dan KAP dalam melakukan pemeriksaan laporan keuangan klien, Keahlian/ pemahaman terhadap industri klien, Responsif atas kebutuhan klien, Kompetensi anggota anggota tim audit terhadap prinsip-prinsip akuntansi dan norma-norma pemeriksaan, Sikap independensi dalam segala hal dari individu-individu tim audit dan KAP, Anggota tim audit sebagai suatu kelompok yang bersifat hati-hati, KAP memiliki komitmen yang kuat terhadap kualitas,

Keterlibatan pimpinan KAP dalam pelaksanaan audit, Keterlibatan komite audit sebelum, pada saat, dan sesudah audit, Standar-standar etika yang tinggi dari anggota anggota tim audit, Menjaga sikap skeptis dari anggota-anggota tim audit.

Dari 12 belas faktor tersebut ditemukan adanya beberapa faktor yang memiliki hubungan positif dengan kepuasan klien yaitu Faktor pengalaman, memahami industri klien, respon atas kebutuhan klien, Taat pada standar umum, keterlibatan pimpinan KAP dan komite audit.

Penelitian ini pada dasarnya sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Bhen et al (1997). Alasan untuk menguji kembali penelitian yang dilakukan oleh Bhen et al (1997) adalah kebanyakan penelitian di Indonesia menggunakan 6 instrumen yang sudah terbukti kevalidannya oleh Bhen et al (1997) dan tidak melakukan pengujian ulang atas enam instrumen lainnya yang tidak terbukti. Penelitian ulang atas dua belas instrumen yang dilakukan oleh Bhen et al. (1997) diperlukan untuk mengetahui apakah dengan sampel yang berbeda dan waktu yang berbeda akan memberikan hasil yang sama dengan peneliti terdahulu.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini bermaksud akan menguji kembali pengaruh atribut-atribut kualitas audit terhadap kepuasan klien kantor akuntan publik, adapun masalah yang diteliti selanjutnya dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan :

Apakah atribut-atribut kualitas audit mempunyai pengaruh terhadap kepuasan klien.

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, penelitian ini mempunyai tujuan : Untuk membuktikan apakah atribut-atribut kualitas audit kantor akuntan publik.berpengaruh positif terhadap kepuasan kliennya.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori akuntansi terutama yang berkaitan dengan auditing tentang kualitas audit, dan pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.
2. Temuan ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis pada KAP dan para peneliti untuk memahami lebih jauh tentang pelayanan audit yang dibutuhkan klien.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Bab ini membahas berbagai literatur dan hasil penelitian tentang kualitas audit. Kajian literatur dan hasil penelitian tersebut selanjutnya menjadi landasan teoritis bagi peneliti untuk mengembangkan model pada kerangka pemikiran teoritis dan perumusan hipotesis dalam penelitian ini.

2.1. Telaah Pustaka

Philip Kotler (1994) dalam salah satu konsep pemasarannya "*the marketing approach*" yang didasarkan pada kepercayaan menyatakan bahwa tujuan bisnis dari suatu organisasi dapat dicapai dengan cara terbaik melalui pemberian kepuasan yang menyeluruh/lengkap (*complete satisfaction*) pada pengguna akhir yaitu pelanggan (*customer*). Kemampuan untuk memuaskan kebutuhan, harapan dan keinginan pelanggan merupakan satu-satunya kriteria untuk mana mutu akan ditentukan. (Garvin, 1994).

Berbagai literatur marketing telah menggambarkan adanya sisi yang berbeda antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Sisi yang berbeda tersebut juga bisa didapatkan pada berbagai literatur yang membahas tentang pelayanan profesi. Sebagai mana yang dikatakan oleh Hall dan Elliot (1993) bahwa kualitas pelayanan sering dilihat memiliki hubungan erat dengan kepuasan klien

Dalam perjalanan perkembangan dunia bisnis, tanggung jawab profesi akuntan berkembang sesuai dengan tuntutan kebutuhan jasa pemakai akuntansi.

Dalam perjalanan perkembangan dunia bisnis, tanggung jawab profesi akuntan berkembang sesuai dengan tuntutan kebutuhan jasa pemakai akuntansi. Mengingat pentingnya fungsi akuntan publik, maka diperlukan berbagai usaha untuk menjaga kualitas akuntan publik agar kepercayaan masyarakat pada profesi ini tidak berkurang dan pemakai jasa akuntan merasa puas.

2.1.1. Kepuasan Pelanggan

Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Dalam pendekatan TQM, kualitas ditentukan oleh pelanggan. Oleh karena itu hanya dengan memahami proses dan pelanggan maka organisasi dapat menyadari dan menghargai makna kualitas. Adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya (Fandy Tjiptono, 1994): 1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, 2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, 3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, 4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi perusahaan, 5. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan, 6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya Philip Kotler (1994). Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan yang diinginkan. Apabila kinerja dibawah

harapan, maka pelanggan kecewa, dan bila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan maka akan puas.

Untuk mengetahui kepuasan pelanggan perlu tolak ukur, yaitu : bilamana tercapainya keseimbangan dari apa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan oleh pelanggan, misalnya dalam mengkonsumsi jasa, bila sesuatu yang dirasakan oleh pelanggan itu melebihi harapan mereka maka ia akan puas. Untuk menilai sesuatu yang dirasakan, ukuran kualitas merupakan salah satu kriteria yang digunakan sebagai bahan pertimbangan. Kepuasan pada dasarnya meliputi tiga hal yaitu kualitas yang dirasakan, nilai yang dirasakan dan harapan pelanggan (Fornell 1996).

Kualitas yang dirasakan pelanggan diperoleh melalui pengalaman dari mengkonsumsi. Konsumen akan terkesan dan merespon atas apa yang dialami termasuk dalam hal mengkonsumsi barang dan jasa. Nilai yang dirasakan atas kualitas jasa akan terkait dengan harapan yang melekat pada diri pelanggan. Nilai tersebut meliputi nilai produk, layanan, nilai karyawan dan citra (Woodruff 1997). Nilai produk dipengaruhi oleh kualitas dan kelebihan pada jasa seperti keunikan, sedangkan nilai pelayanan terkait fasilitas dan kemudahan yang ditawarkan serta informasi yang memudahkan. Nilai karyawan ditunjukkan dari kemampuan memberikan pelayanan, citra dipengaruhi persepsi pelanggan terhadap kinerja.

2.1.2. Kualitas Audit

Suatu hal yang tidak dapat disangkal lagi bahwa kualitas produk adalah kunci keberhasilan suatu organisasi yang sangat penting. Kemampuan suatu organisasi menghasilkan produk barang maupun jasa yang bermutu tinggi merupakan kunci sukses bagi keberhasilan masa datang, Tatang (1995).

Parasuraman (1985), menyatakan bahwa ada 2 atribut utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sudah sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika kualitas jasa yang diperoleh lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas jasa dikatakan kurang baik. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Dalam situasi yang berlainan kualitas diartikan secara berbeda-beda. Menurut Garvin (1990) dalam J. Supranto (1995) ada lima macam perspektif kualitas yang berkembang. Kelima perspektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa kualitas diartikan secara berbeda-beda. Kelima perspektif itu adalah : (1) *Trancedental approach*, pendekatan ini memandang bahwa kualitas sebagai *innate excellence*, dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan. Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam dunia seni, (2). *Product based approach*, pendekatan ini menganggap bahwa

kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur, (3). *User based approach* pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi, (4). *Manufacturing-based approach*, pendekatan ini bersifat *suplay-based* dan terutama memperhatikan praktik-praktik perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau sama dengan persyaratan, (5). *Value based approach*, pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga.

Penelitian tentang kualitas audit telah banyak dilakukan namun tema dari penelitian tersebut umumnya tidak jauh berbeda. Pertama atribut tim audit dilihat lebih penting dalam mempengaruhi kepuasan klien dari pada besar kecilnya perusahaan. Kedua, beberapa atribut secara konsisten diakui sebagai atribut penting dalam menentukan kualitas audit. Atribut tersebut adalah pengalaman teknis dan industri, responsif terhadap kebutuhan klien, laporan interpersonal dengan pihak klien, Tim (1998).

2.2. Kualitas Audit dan kepuasan klien

Tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan, mungkin inilah salah satu perspektif perusahaan dalam meningkatkan kinerja atau dalam bahasa TQM yang didasarkan pada paradigma *customer value* (Mulyadi dan Johnny Setyawan 2000), maka pelanggan yang memegang kendali,

artinya pelanggan yang merasa puas cenderung karena kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Argumentasi ini didukung oleh Hall dan Elliot (1993) yang menyatakan bahwa konstruk kualitas pelayanan sering dilihat memiliki hubungan erat dengan kepuasan konsumen atau klien.

Demikian halnya dalam kantor akuntan publik yang berperspektif *customer* dimana klien sebagai pelanggan, patut menyadari kebutuhan atau keinginan klien. Sebagaimana telah disebutkan kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Pasuraman 1985), maka audit sebagai produk jasa kantor akuntan publik harus memiliki kualitas tertentu yang diharapkan akan mampu untuk memenuhi harapan pelanggan, dalam hal ini klien.

Tegasnya, kepuasan klien akan meningkat jika kualitas audit yang diberikan oleh kantor akuntan publik ditingkatkan. Hal ini didukung secara empiris oleh Behn et al (1997) bahwa kualitas audit mempengaruhi kepuasan klien dimana kualitas audit terdiri dari beberapa atribut kualitas audit tertentu. Apa saja yang atribut kualitas audit tersebut. Penelitian Behn et al (1997) mencoba menjawab pertanyaan tersebut dengan menghubungkan kualitas audit dengan kepuasan klien. Ada 12 Atribut kualitas audit yang digunakan oleh Behn et al (1997) dalam penelitiannya; ke dua belas atribut tersebut adalah :

1. Pengalaman tim audit dan KAP dalam melakukan pemeriksaan laporan keuangan klien.
2. Keahlian / pemahaman terhadap industri klien.

3. Responsif atas kebutuhan klien.
4. Kompetensi anggota tim audit terhadap prinsip-prinsip akuntansi dan norma-norma pemeriksaan.
5. Sikap independensi dalam segala hal dari individu-individu tim audit dan KAP.
6. Anggota tim audit sebagai suatu kelompok yang bersifat hati-hati.
7. KAP memiliki komitmen yang kuat terhadap kualitas.
8. Keterlibatan pimpinan KAP dalam pelaksanaan audit.
9. Pelaksanaan audit lapangan
10. Keterlibatan komite audit sebelum, pada saat, dan sesudah audit.
11. Standar-standar etika yang tinggi dari anggota tim audit.
12. Menjaga sikap skeptis dari anggota-anggota tim audit.

Dari 12 belas atribut tersebut ditemukan adanya 6 atribut yang memiliki pengaruh positif dengan kepuasan klien yaitu: (1). atribut pengalaman melakukan audit, (2). memahami industri klien, (3). responsif atas kebutuhan klien, (4). taat pada standar umum, (5). keterlibatan pimpinan KAP dan (6). keterlibatan komite audit sebelum pada saat dan sesudah audit.

Berikut ini akan diuraikan satu persatu ke 12 atribut kualitas audit yang dipakai oleh Bhen et. al (1997).

2.2.1 Pengalaman Melakukan Audit

Didalam melaksanakan audit sampai pada suatu pernyataan pendapat, auditor harus senantiasa bertindak sebagai seorang ahli dalam bidang akuntansi

dan bidang auditing. Pencapaian keahlian tersebut dimulai dengan pendidikan formalnya yang diperluas melalui pengalaman-pengalaman selanjutnya dalam praktik audit, (SPAP, SA Seksi 210, 1994). Pengalaman dalam praktik audit juga dipersyaratkan terhadap asisten junior. asisten junior, yang baru masuk ke dalam karier auditing harus memperoleh pengalaman profesionalnya dengan supervisi yang memadai dan *review* atas pekerjaannya dari atasannya yang lebih berpengalaman.

Pengalaman merupakan atribut yang penting yang dimiliki oleh auditor, hal ini terbukti dengan tingkat kesalahan yang dibuat oleh auditor yang tidak berpengalaman lebih banyak dari pada auditor yang berpengalaman (Neni Meidawati, 2001). Hasil penelitian yang dilakukan Brouwman dan Bradley (1997) menemukan bukti bahwa penggunaan atribut pengalaman sehubungan dengan kualitas didasarkan pada asumsi bahwa tugas memberikan *feedback* yang berguna terhadap bagaimana sesuatu dilakukan secara lebih baik, yang diperlukan oleh pembuat keputusan untuk memperbaiki kinerjanya (Brouwman dan Bradley, 1997 dalam Muhammad Ishak, 2000). Disisi lain, Tubs (1992) mengatakan bahwa auditor yang berpengalaman akan memiliki keunggulan dalam hal : 1) mendeteksi kesalahan, 2) memahami kesalahan secara akurat, dan 3) mencari penyebab kesalahan. Melalui keunggulan tersebut akan bermanfaat bagi klien untuk melakukan perbaikan-perbaikan dan klien akan merasa puas.

2.2.2. Memahami Industri Klien

Auditor harus memperoleh pengetahuan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan sifat bisnis satuan usaha, organisasinya, dan karakteristik operasinya. Hal tersebut mencakup misalnya, tipe bisnis, tipe produk dan jasa, struktur modal, pihak yang mempunyai hubungan yang istimewa, lokasi, dan metode produksi, distribusi, serta kompensasi. Auditor juga harus mempertimbangkan hal-hal yang mempengaruhi industri tempat operasi satuan usaha, seperti kondisi ekonomi, peraturan pemerintah, serta perubahan teknologi, yang berpengaruh terhadap auditnya. Hal lain yang harus dipertimbangkan oleh auditor adalah praktek akuntansi yang umum berlaku dalam industri, kondisi persaingan, dan ratio keuangan, standar profesi akuntan publik / SPAP, (1994).

Pengetahuan tentang bisnis satuan usaha akan membantu auditor dalam : mengidentifikasi bidang yang memerlukan pertimbangan khusus, menilai kondisi yang didalamnya data akuntansi dihasilkan, diolah, *direview*, dan dikumpulkan dalam organisasi, menilai kewajaran estimasi, seperti penilaian atas persediaan, depresiasi, penyisihan kerugian piutang, persentase penyelesaian kontrak jangka panjang, menilai kewajaran representasi manajemen, mempertimbangkan kesesuaian prinsip akuntansi yang diterapkan dan kecukupan pengungkapannya, standar profesi akuntan publik / SPAP, (1994).

Memahami bisnis klien berarti memperkecil resiko audit sebab memahami industri klien menjadi bagian integral yang tak terpisahkan dengan pekerjaan profesi, sehingga hasil audit yang dihasilkan dapat memenuhi standar mutu

auditing (Harry Suharto. 2002). Selain dapat membuat audit lebih berkualitas, memahami industri klien juga berguna untuk memberi masukan agar klien beroperasi secara lebih efisien (Wolk dan Wooton, 1997). Keunggulan tersebut akan bermanfaat bagi klien untuk melakukan perbaikan-perbaikan dan akan memberikan kepuasan bagi klien.

2.2.3. Responsif Atas Kebutuhan Klien

Ketika kantor akuntan publik melakukan audit terhadap suatu perusahaan, maka opini menjadi sentral perhatian, padahal klien membutuhkan banyak hal lainnya, tidak sekedar opini. Klien berharap menerima lebih banyak dari hanya opini audit klien juga, dan juga ingin mendapatkan keuntungan dari keahlian dan pengetahuan auditor di bidang usaha dan memberikan nasehat tanpa diminta.

Mahon. (1982) dalam penelitiannya tentang kualitas audit dengan melakukan suatu *interview* terhadap pihak klien-kliennya, menyimpulkan bahwa atribut yang membuat klien memutuskan pilihannya terhadap suatu KAP adalah kesungguhan KAP tersebut memperhatikan kebutuhan kliennya. Adanya keunggulan ini akan memberikan kepuasan bagi klien.

2.2.4. Taat Pada Standar Umum

Standar umum bersifat pribadi dan berkaitan dengan persyaratan auditor dan mutu pekerjaannya, dan berbeda dengan standar yang berkaitan dengan pelaksanaan pekerjaan lapangan dan pelaporan auditor Standar Profesi Akuntan Publik / SPAP, (1994). Syarat utama untuk menjadi seorang auditor adalah ia harus memiliki latar belakang pendidikan formal akuntansi dan auditing serta

berpengalaman baik secara langsung maupun tidak langsung dalam bidang auditing. (Tim, 2001).

Elitzur dan Falk (1996) mengatakan, kredibilitas auditor tergantung pada: 1) kemungkinan auditor mendeteksi kesalahan yang material dan kesalahan penyajian, dan 2) kemungkinan auditor akan melaporkan apa yang ditemukannya. Kedua hal tersebut mencerminkan terlaksananya standar umum. Sebab, seorang auditor harus memiliki keahlian, independensi dan cermat sebagai syarat dari mutu pelaksanaan audit, Standar Profesi Akuntan Publik / SPAP, (1994), dengan adanya kedua hal tersebut akan memberikan kepuasan bagi klien.

2.2.5. Independensi

Kepercayaan masyarakat umum atas independensi sikap auditor sangat penting bagi perkembangan profesi akuntan publik. Kepercayaan masyarakat akan menurun jika terdapat bukti bahwa independensi sikap auditor ternyata berkurang, bahkan kepercayaan masyarakat dapat juga menurun disebabkan oleh keadaan yang oleh mereka yang berpikiran sehat (*rasionable*) dianggap dapat mempengaruhi sikap independensi. Sikap independensi bermakna bahwa auditor tidak mudah dipengaruhi, Standar Profesi Akuntan Publik/SPAP (1994), sehingga auditor akan melaporkan apa yang ditemukannya selama proses pelaksanaan audit. Keadaan ini akan meningkatkan kepuasan klien terhadap KAP tersebut.

2.2.6. Sikap Hati – hati

Kehati-hatian profesional mengharuskan auditor untuk memenuhi tanggung jawab profesionalnya dengan kompetensi dan ketekunan. Hal ini

mengandung arti bahwa anggota mempunyai kewajiban untuk melaksanakan jasa profesional dengan sebaik-baiknya sesuai dengan kemampuannya (Neni Meidawati, 2001). Kesalahan dapat dideteksi jika auditor memiliki keahlian dan kecermatan. Ahli diartikan sebagai ahli akuntansi dan audit, Standar Profesi Akuntan Publik/SPAP (1994) dan cermat menekankan pada pencarian tipe-tipe kesalahan yang mungkin ada melalui sikap hati-hati (Mautz dan Sharaf, 1961) dengan sikap kehati-hatian ini akan memberikan kepuasan bagi klien.

2.2.7. Komitmen yang Kuat Terhadap Kualitas Audit

Komitmen dapat didefinisikan sebagai (1) sebuah kepercayaan pada dan penerimaan terhadap tujuan-tujuan dari nilai-nilai organisasi dan atau profesi, (2) sebuah kemauan untuk menggunakan usaha yang sungguh-sungguh guna kepentingan organisasi dan atau profesi, (3) sebuah keinginan untuk memelihara keanggotaan dalam organisasi dan atau profesi (Araya et al. 1980).

Auditor dalam melaksanakan kerjanya harus meningkatkan koordinasi dan hubungannya dengan KAP-KAP besar dan berskala internasional. Dengan demikian, di harapkan auditor akan mampu menyajikan informasi-informasi yang sedang berkembang di berbagai negara, terutama yang ada hubungannya dengan bidang usaha klien, sehingga kualitas kerja auditor akan meningkat selaras dengan peningkatan pengetahuannya yang lintas negara. Hal ini berkaitan erat dengan komitmen yang kuat seorang auditor terhadap kualitas audit, Bhen et al (1997).

Demikian juga dengan yang dilakukan oleh IAI sebagai induk organisasi akuntan publik di Indonesia yang mewajibkan para anggotanya untuk mengikuti

program pendidikan profesi berkelanjutan dan untuk menjadi anggota baru harus mengikuti program profesi akuntan (PPA) agar kerja auditnya berkualitas, hal ini menunjukkan komitmen yang kuat dari Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dan para anggotanya. (Hari Suharto, 2002). Dengan demikian akan memberikan kepuasan bagi klien.

2.2.8. Keterlibatan Pimpinan KAP

Edwards Deming (1981) dalam J. Supranto (1995) menyebutkan bahwa 80 persen masalah mutu merupakan masalah manajemen. Tanpa keterlibatan manajemen, manajemen mutu hanya menjadi konsep yang kabur dan hampir mustahil diimplementasikan secara efektif. Keberhasilan manajemen mutu memerlukan kepemimpinan yang efektif, baik secara formal (berdasarkan hirarki organisasi) maupun yang kurang/tak formal. Pemimpin yang baik perlu menjadi *focal point* yang mampu memberikan perspektif dan visi luas atas kegiatan perbaikan serta mampu memotivasi, mengakui dan menghargai upaya dan prestasi perorangan maupun kelompok (Tatang, 1995).

2.2.9. Melakukan pekerjaan lapangan dengan tepat

Standar pekerjaan lapangan pertama mengharuskan bahwa “Pekerjaan harus direncanakan sebaik-baiknya dan jika digunakan asisten harus disupervisi dengan semestinya”. Dalam perencanaan auditnya, auditor harus mempertimbangkan sifat, luas, dan saat pekerjaan yang harus dilaksanakan dan membuat suatu program audit secara tertulis, Standar Profesi Akuntan Publik

/SPAP (1994); dengan perencanaan yang matang dan tepat akan membuat kepuasan bagi klien.

2.2.10. Keterlibatan Komite Audit

Komite audit diperlukan dalam suatu organisasi bisnis antara lain dikarenakan mengawasi proses audit dan memungkinkan terwujudnya kejujuran pelaporan keuangan. Namun, hal ini dapat dicapai jika komite audit bekerja secara efektif, (Menon dan Williams 1994). Praktek yang terbaik yang dapat dilakukan KAP untuk menjaga independensi dan profesionalismenya jika berhadapan dengan ketepatan penggunaan prinsip-prinsip akuntansi oleh klien adalah dengan melakukan komunikasi dengan dewan direksi atau komite audit, Glazer dan Fabian (1997).

Melibatkan komite audit dalam pelaksanaan audit dapat membantu auditor. Oleh karenanya, banyak KAP yang membantu kliennya dalam pembentukan komite audit (Menon dan William, 1994). Melalui keunggulan tersebut akan bermanfaat bagi klien untuk melakukan perbaikan-perbaikan, dengan demikian akan memberikan kepuasan bagi klien.

2.2.11. Standar Etika Yang Tinggi

Etika adalah (1) ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak), (2) Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, (3) nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat, Neni Meidawati (2001). Dalam usaha untuk meningkatkan akuntabilitasnya, seorang auditor harus menegakkan etika

profesional yang tinggi, agar timbul kepercayaan dari masyarakat. Audit yang berkualitas sangat penting untuk menjamin bahwa profesi akuntan memenuhi tanggung jawabnya kepada investor, masyarakat umum dan pemerintah serta pihak-pihak lain yang mengandalkan kredibilitas laporan keuangan yang telah diaudit, (Munawir.1997); dengan menegakkan etika yang tinggi akan memberikan kepuasan bagi klien.

2.2.12. Tidak Mudah Percaya

Audit atas laporan keuangan berdasarkan atas standar auditing yang ditetapkan Ikatan Akuntan Indonesia harus direncanakan dan dilaksanakan dengan sikap *skeptisme* profesional, Standar Profesi Akuntan Publik/SPAP, (1994). Hal ini mengandung arti bahwa auditor tidak boleh menganggap manajemen sebagai orang yang tidak jujur namun juga tidak boleh menganggap bahwa manajemen sebagai orang yang tidak diragukan lagi kejujurannya adanya sikap tersebut akan memberikan hasil audit yang bermutu dan akan memberikan kepuasan bagi klien.

2.3. Penelitian Terdahulu Tentang Kualitas Audit

Mock & Samet (1982), membuat suatu daftar dari berbagai literatur tentang atribut-atribut yang potensial mempengaruhi kualitas audit. Hasil penelitian adalah mengidentifikasi lima kunci karakteristik kualitas audit, yaitu perencanaan, administrasi, prosedur, evaluasi dan perlakuan.

Schroeder et al (1986), melakukan survei terhadap kepala tim audit dan beberapa anggotanya dengan tujuan untuk menentukan pengaruh dari 15 atribut

terhadap kualitas audit. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa atribut tim audit lebih penting daripada atribut kantor akuntan publik (KAP), kelima atribut tersebut adalah perhatian partner dan manajer KAP dalam audit tersebut, perencanaan dan pelaksanaan audit, komunikasi antara tim audit dan manajemen klien, independensi anggota audit, serta perhatian KAP dalam menjaga kemampuan up to date-nya.

Carcello (1992), melakukan survey terhadap pembuat laporan keuangan, pengguna dan auditornya untuk meringkas 41 atribut kualitas audit menjadi hanya 12 atribut saja. Hasil penelitian ini adalah karakteristik dari tim dinilai lebih penting dari karakteristik KAP. Atribut-atribut lainnya adalah, pengalaman melakukan audit dengan klien sebelumnya, pengalaman dibidang industri, responsivitas terhadap kebutuhan klien, dan pemenuhan standar umum *General Accepted Accounting Standart (GAAS)*.

Sutton (1993), menggunakan teknik kelompok nominal pada auditor-auditor yang berpengalaman untuk melakukan validasi serangkaian atribut kualitas audit dan peralatannya. Hasil penelitian ini berhasil mengidentifikasi 19 atribut kualitas audit dan dibagi dalam 3 kategori yaitu, perencanaan, lapangan kerja, dan administrasi.

Bhen et al (1997), mencoba menghubungkan kualitas audit dengan kepuasan klien. Hasil penelitian Behn et al (1997) adalah ada enam atribut kualitas audit yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan klien yaitu: pengalaman melakukan audit, memahami industri klien, responsif atas kebutuhan

klien, taat pada standar umum, keterlibatan pimpinan KAP, dan keterlibatan komite audit.

Muhamad Ishak (2000), menguji kembali 6 atribut kualitas audit dari Bhen et al (1997) dengan mengembangkan 6 atribut kualitas audit tersebut dalam beberapa dimensi hasil menunjukkan bahwa ke 6 atribut kualitas audit yang dibagi dalam beberapa dimensi menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap kepuasan klien.

Silvia Dewiyanti (2000), juga menguji kembali 6 atribut kualitas audit yang digunakan Bhen et al (1997) dengan membentuk 6 atribut tersebut menjadi suatu variabel kualitas audit dan menguji variabel tersebut terhadap variabel kepuasan klien dan hasilnya menunjukkan bahwa kualitas audit berpengaruh terhadap kepuasan klien.

Berikutnya disajikan tabulasi penelitian terdahulu, sebagaimana disajikan dalam tabel 1.

Tabel 1

DAFTAR HASIL PENELITIAN TERDAHULU

No	Nama	Variabel	Tahun	Hasil
1	Mock dan Samet	A multi – attribute model	1982	Berhasil mengidentifikasi lima kunci karakteristik kualitas audit
2	Schroeder et al	The perceptions of audit-committee chairpersons and audit partners	1986	Faktor tim audit lebih penting dari pada faktor kantor akuntan publik
3	Carcello	The perceptions of audit-partners, preparers, and financial statement users	1992	Karakteristik dari tim lebih baik dari karekteristik KAP
4	Sutton	Toward and understanding of the factors affecting the quality of the audit process	1993	Berhasil mengidentifikasi 19 faktor kualitas audit dan dibagi dalam 3 kategori yaitu perencanaan, lapangan kerja, dan administrasi
6	Bhen et al	The relationship among client satisfaction, attributes of audit quality, auditor change, and controller work experiences	1997	Berhasil mengidentifikasi 6 atribut kualitas audit yang berhubungan dengan kepuasan klien
7	Muhammad Ishak	Analisis faktor-faktor kualitas audit menurut persepsi klien	2000	Hasil dari penelitian ini sama dengan apa yang dilakukan oleh Bhen et al (1997)
8	Silvia Dewiyanti	Kualitas audit, pergantian KAP kepuasan klien	2000	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas audit dan pergantian KAP berpengaruh terhadap kepuasan klien

Sumber : Review hasil-hasil penelitian 2002

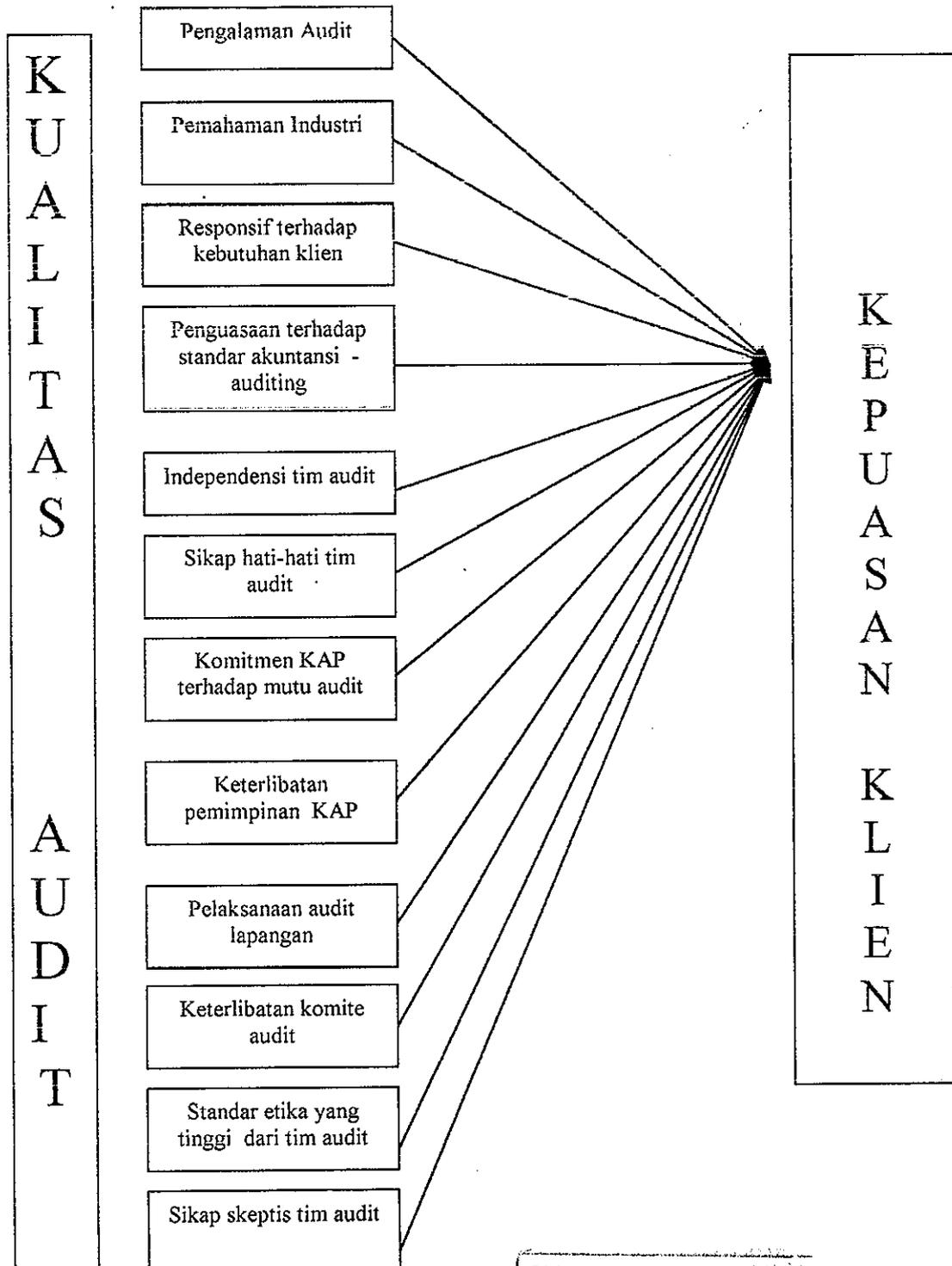
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis

2.4.1. Kerangka Pemikiran Teoritis

Dari berbagai literatur dan hasil penelitian tentang kualitas audit khususnya Bhen et al (1997). Kajian literatur dan hasil penelitian tersebut selanjutnya menjadi landasan teoritis bagi peneliti untuk mengembangkan model kerangka pemikiran teoritis yang dapat dilihat dalam gambar 1. Kualitas audit dalam model tersebut merupakan variabel independen sedangkan kepuasan klien sebagai variabel dependen.

Gambar 1

**KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS
PENGARUH ATRIBUT-ATRIBUT KUALITAS AUDIT TERHADAP
KEPUASAN KLIEN**



2.4.2. Hipotesis Penelitian

Dari literatur, hasil penelitian tentang kualitas audit dan gambar kerangka pemikiran teoritis pengaruh antara kualitas audit dan kepuasan klien. Maka diajukan hipotesa sebagai berikut :

**Hipotesa : Atribut-atribut kualitas audit berpengaruh positif terhadap
kepuasan klien**

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu jenis dan sumber data, metode yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data dan pemilihan sampel, penggunaan instrumen untuk mengukur variabel penelitian dan teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data dalam pengujian hipotesis.

3.1. Jenis dan Sumber Data

Data primer pada penelitian ini diperoleh dari pendapat atau persepsi manajer keuangan/*controller* yang mengisi dan mengembalikan daftar kuesioner kepada peneliti. Sedangkan data skunder diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* 2001 sebagai rerangka sampling yang memuat nama dan alamat perusahaan yang menjadi populasi penelitian

3.2. Populasi dan Prosedur Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh manajer keuangan/*controller* perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEJ). Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random sampling* dengan pertimbangan jumlah populasi yang kecil dan tingkat *response rate* yang rendah. Untuk mendapatkan data yang diperlukan, kuesioner dikirimkan kepada responden melalui pos kepada para manajer keuangan atau *controller*.

Alasan peneliti menggunakan *controller* atau manajer keuangan sebagai responden yang menjawab kuesioner penelitian ini adalah karena *controller* atau manajer keuangan memiliki informasi lengkap dan menyeluruh untuk mengevaluasi kinerja KAP, sebab mereka selalu berhubungan dengan KAP apa bila perusahaanya sedang di audit.

Dari data yang tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory* 2001, perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta berjumlah 305. Dari data yang ada maka, penentuan jumlah minimal sampel yang diperlukan agar hasilnya dapat representatif dengan jumlah populasi yang ada dengan menggunakan rumus berikut (Rao, 1996):

$$\text{Dimana : } n = \frac{N}{1 + N (\text{moe})^2}$$

N = jumlah populasi

n = jumlah sampel

moe = *margin of error maximum* (tingkat kesalahan yang ditolerir); Rao (1996) mengasumsikan m o e sebesar 10%

Berdasarkan data yang diperoleh dari data *Indonesian Capital Market Directory* 2001, perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta berjumlah 305 maka jumlah minimum sampel untuk penelitian ini dengan *margin of error maximum* sebesar 10 % adalah:

$$n = \frac{305}{1 + 305 (0,1)^2}$$
$$n = 75$$

3.3. Metode Pengumpulan Data

Data penelitian ini dikumpulkan dengan mengirimkan kuesioner melalui pos (*mail survey*) kepada 305 manajer keuangan atau *controller* perusahaan yang terdaftar dalam BEJ Jakarta. Pengiriman dalam penelitian ini dilakukan dalam dua tahap: dimana tahap pertama pengiriman dilaksanakan pada tanggal 9 februari dan diharapkan sudah kembali pada tanggal 6 maret 2002. Pengiriman tahap kedua dilaksanakan pada tanggal 9 maret dan diharapkan sudah kembali pada tanggal 6 april 2002.

3.4. Definisi Operasional Variabel

3.4.1. Kualitas audit

Kualitas audit yang mengacu pada kualitas jasa merupakan ciri atau sifat dari suatu jasa yang dapat berpengaruh pada kemampuannya untuk memberikan kebutuhan akan kepuasan konsumen/klien (Kotler,1997:55). Instrumen kualitas audit dalam penelitian ini menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Bhen et.al. (1997) yang terdiri 12 item pertanyaan. Setiap item dinilai dengan menggunakan Skala *Likert* dengan 5 alternatif pilihan yaitu : (1) STS = sangat

tidak setuju; (2) TS = tidak setuju; (3) RR = ragu-ragu ; (4) S = setuju, dan (5) SS = sangat setuju.

3.4.2. Kepuasan Klien/konsumen

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya Kotler (1994). Kepuasan dalam penelitian ini adalah kepuasan dari para klien audit yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrumen yang dikembangkan oleh Bhen (1997) yang terdiri dari 2 item pertanyaan. Setiap item dinilai dengan menggunakan Skala *Likert* dengan 5 alternatif pilihan yaitu : (1) STP = sangat tidak puas; (2) TP = tidak puas; (3) S = sedang ; (4) P = puas, dan (5) SP = sangat puas.

3.5. Teknik Analisis

3.5.1. Uji Non respon Bias

Salah satu kelemahan *mail survey* adalah bahwa responden yang mau berpartisipasi adalah mereka yang mempunyai kepentingan pribadi terhadap hasil penelitian. Secara umum kemungkinan terjadi karakteristik mereka yang berpartisipasi (mengembalikan kuesioner) dan yang tidak mau berpartisipasi (*non-response*) berbeda. Apabila hal itu terjadi, maka hasil analisis data dengan *non-response* kemungkinan akan berbeda dengan hasil analisis data tanpa *non response*. Kondisi seperti ini disebut juga *nonresponse bias*, kondisi ini akan menjadi masalah yang sangat serius jika tingkat pengembalian (*response rate*) sangat rendah.

Dalam penelitian ini uji *non response bias* dilakukan dengan cara membandingkan karakteristik dari jawaban responden tahap pertama dengan karakteristik jawaban responden tahap kedua. Jika hasil uji t tidak signifikan, menunjukkan bahwa responden yang tidak mengirim balasan (*nonrespon*) bukan merupakan problem yang perlu dipermasalahkan.

3.5.2. Statistik Deskriptif

Untuk memberikan gambaran mengenai deskripsi variabel penelitian kualitas audit, dan kepuasan klien peneliti menggunakan tabel distribusi frekuensi absolut yang menunjukkan angka rata-rata, median, kisaran dan deviasi standar.

3.5.3. Uji Kualitas Data

Menurut Hair et al (1996) kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji realibilitas dan validitas. Uji tersebut masing-masing untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrumen. Ada 2 prosedur yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mengukur realibiilitas dan validitas data, yaitu : (1) Uji konsistensi internal dengan koefisien (*Cronbach*) alpha, (2) Uji validitas konstruk dengan cara mengkorelasikan antara skor masing-masing item dan skor totalnya. Keterangan dari kedua uji kualitas data adalah sebagai berikut :

1. Uji konsistensi internal (reliabilitas) ditentukan dengan koefisien *Cronbach* Alpha. Pengujian ini menentukan konsistensi jawaban responden atas suatu instrumen penelitian. Hair et. al (1996) mensyaratkan suatu instrumen yang reliabel jika memiliki koefisien *Cronbach Alpha* diatas 0,60.

2. Uji Validitas dengan uji *Pearson correlation* antara skor masing-masing item pertanyaan dengan total skor pertanyaan. Pengujian ini digunakan untuk melihat validitas konstruk data variabel kualitas audit, dan variabel kepuasan klien.

3.5.4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian hipotesis terlebih dahulu data diuji kondisi *multicollinearity* dengan menganalisis nilai *VIF*, *autocorrelation* dengan memperhatikan nilai *Durbin Watson (dw)*, dan *heterokedastisitas* dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (*ZEPRID*) dengan residualnya (*SRESID*). Jika ketiga asumsi klasik tersebut menjadi karakteristik data maka di-*tratement* sehingga data yang digunakan dalam pengujian hipotesis berdistribusi normal dan bebas asumsi klasik (Gujarati,1995; Hair, 1995). Karakteristik data seperti itu akan menghasilkan kesimpulan penelitian yang tepat dan objektif.

3.5.5. Uji Hipotesis

Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan apakah atribut-atribut variabel kualitas audit berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan klien.

Analisis ordinari least square (OLS) digunakan untuk menjawab hipotesa dalam penelitian ini. Dalam analisis *ordinari least square (OLS)*, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Variabel independen/bebas diasumsikan memiliki nilai tetap (Imam

Ghozali 2001). Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas audit sedang variabel dependennya adalah kepuasan klien. Teknik estimasi variabel yang melandasi analisis regresi dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *ordinari least square (OLS)*/pangkat kuadrat terkecil biasa, dengan jalan meminimalkan jumlah dari kuadrat kesalahan setiap observasi terhadap garis regresi.

Adapun persamaan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dijelaskan dalam gambar 2.

Gambar 2

Persamaan Pengujian Hipotesis

$Y = b_0 + b_1X_i$	
Dimana,	
Y	= Kepuasan Klien
b₀	= Intersep
b₁	= Koefisien Regresi
X₁	= Atribut-atribut Kualitas Audit

Sumber : Peneliti 2002

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan pada bab ini adalah hasil dari studi lapangan untuk memperoleh data dengan menggunakan kuisisioner untuk mengukur dua variabel pokok dalam penelitian ini, yaitu kualitas audit dan kepuasan klien. Setelah gambaran umum responden, dilanjutkan analisis data dengan menggunakan SPSS Versi 10.

4.1. Gambaran Umum Responden

Data penelitian dikumpulkan dengan mengirimkan 305 kuisisioner melalui jasa pos (*mail survey*) kepada manajer keuangan atau *controller* perusahaan industri yang *go public*. Pengiriman kuisisioner dilakukan dalam dua tahap, tahap pertama dikirimkan 205 kuisisioner yang dilakukan pada tanggal 9 Februari 2002, dan diharapkan sudah kembali pada tanggal 6 Maret 2002. Efektifnya hanya 200 kuisisioner yang tersebar karena 5 kuisisioner tidak sampai ke alamat yang dituju. Mengirimkan jawabannya kembali. Pengiriman tahap kedua dikirimkan sebanyak 4 orang manajer keuangan atau *controller* yang berpartisipasi atau yang mengirimkan jawabannya. Pada tahap kedua dilakukan pengiriman sebanyak 100 kuisisioner pada tanggal 9 Maret 2002, dan diharapkan sudah kembali pada tanggal 6 April 2002. Efektifnya hanya 98 kuisisioner yang tersebar karena 2 kuisisioner tidak sampai ke alamat yang dituju. Sebanyak 25 orang manajer keuangan atau *controller* yang berpartisipasi mengirimkan jawabannya kembali

Ringkasan pengiriman dan pengembalian kuesioner dalam penelitian ini ditunjukkan dalam tabel 2.

TABEL 2
RINCIAN PENERIMAAN DAN PENGEMBALIAN KUISIONER

Keterangan	Jumlah
Pengiriman tahap pertama	205
Kuesioner yang tidak kembali dan tidak sampai	157
Kuesioner yang kembali	43
Tingkat pengembalian (<i>response rate</i>) $(43)/305 * 100\%$	20,97 %
Pengiriman tahap dua	100
Kuesioner yang tidak kembali dan tidak sampai	75
Kuesioner yang kembali	25
Tingkat pengembalian (<i>response rate</i>) $(25)/250 * 100\%$	25 %
Tingkat pengembalian (<i>response rate</i>) total $(43 + 25) / 305 * 100\%$	22,29 %

Sumber : Hasil Penelitian 2002

Dari data diatas dapat dilihat bahwa untuk tahap pertama dari 205 kuesioner yang dikirimkan yang kembali sebanyak 43 kuesioner atau 20,97% dari total kuesioner tahap pertama, sedangkan pada tahap yang kedua dari 100 kuesioner yang dikirimkan sebanyak 25 kuesioner yang kembali atau sebanyak 25% dari total tahap kedua. Jadi secara keseluruhan kuesioner yang kembali adalah 68 dan apabila diprosentasikan yang kembali apabila diprosentasikan $(43+25)/305*100 = 22,29\%$. Jumlah kuesioner yang kembali sebanyak 68 ini kurang dari jumlah sampel minimum yang ditetapkan dari jumlah populasi 305 yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta, tetapi apabila dilihat dari prosentasinya

menunjukkan tingkat response rate yang cukup untuk ukuran Indonesia yang rata-rata 10-20% Nur Indriantoro (1993).

Adapun profil 68 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 3

TABEL 3
PROFIL RESPONDEN (N=68)

keterangan	jumlah	prosentase
Gender		
Pria	51	75,0
Wanita	17	25,0
Umur		
30-35	15	22,1
36-40	17	25,0
41-45	27	39,7
46-50	7	10,3
>50	2	2,9
Lama bekerja di perusahaan bersangkutan		
1 – 5	28	41,2
6 – 10	33	48,5
>10	7	33,8
Lama jabatan di perusahaan yang bersangkutan		
1 – 5	53	77,9
6 – 10	13	19,1
>10	2	2,9

Sumber : Hasil Penelitian 2002

Dari tabel 3 di atas, tampak bahwa sebagian besar manajer keuangan/controller yang berpartisipasi sebagai responden adalah pria yaitu sebanyak 51 (75 %), sedang wanita sebanyak 17 (25%) dan umur responden yang terbanyak dalam penelitian ini adalah antara 41-45 tahun sebanyak 27 orang

(39%) dan yang paling sedikit berumur diatas 50 tahun sebanyak 2 orang (2,9%). Untuk masa kerja paling banyak 6-10 tahun sebanyak 33 orang (48,5%), dan masa jabatan sebagai manajer keuangan / *controller* sebagian besar memiliki masa jabatan 1- 5 tahun sebanyak 53 orang (77,9%)..

4.2. Uji *Non-Response Bias* (*T-Test*)

Pengujian *non-response* bias dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah karekteristik responden yang mengembalikan jawaban kuesioner dengan responden yang tidak mengembalikan kuisisioner (*non-response*) berbeda. Kemungkinan hal tersebut bisa terjadi, jika demikian maka akan berpengaruh pada hasil analisa data yaitu hasil analisis data dengan *non-response* kemungkinan berbeda dengan hasil analisis data tanpa *non-response*.

Metode pengujian *non-response* bias dilakukan dengan mengelompokkan jawaban yang diterima peneliti setelah melalui pemeriksaan ulang kelengkapan jawaban. Tahap pertama dilakukan tanggal 9 Februari 2002 diharapkan diterima sampai dengan tanggal 6 Maret 2002, sedangkan pengiriman tahap kedua dilakukan tanggal 9 Maret 2002 diharapkan diterima sampai dengan tanggal 6 April 2002.

Pengujian *non-response bias* dilakukan dengan uji *T-test*, karena data berdistribusi normal dan jumlah sampel sedikit (Ghozali 2001). Dasar pengambilan keputusan dengan melihat tingkat signifikansi $p > 0,05$. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat signifikansi *probabilitas* di atas 0,05, artinya bahwa jawaban yang diberikan oleh kedua

kelompok responden tersebut baik pengembalian tahap pertama maupun tahap kedua tidak ada perbedaan jawaban, sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan kesimpulan penelitian. Hasil uji *non-response* bias ditunjukkan dalam Tabel 4.

TABEL 4
PENGUJIAN NON-RESPONSE BIAS

Tahap Pertama (N=43)			Tahap Kedua (N=25)			
Variabel	Rata-rata	SD	Rata-rata	SD	<i>t-value</i>	<i>p</i>
Kualitas	37,49	4,46	35,20	5,37	1,891	0,063
Puas	7,58	1,50	7,24	1,61	0,880	0,382

Sumber : Data Primer diolah 2000

4.3. Statistik Diskriptif

Untuk memberikan gambaran mengenai variabel- variabel penelitian (Kualitas Audit, Kepuasan klien) digunakan tabel statistik deskriptif yang menunjukkan angka kisaran teoritis dan sesungguhnya, rata-rata, dan standar deviasi yang dapat dilihat dalam tabel 5.

TABEL 5
STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL PENELITIAN

Variabel	Kisaran teoritis	Kisaran sesungguhnya	Rata-rata	Standar Deviasi
Kualitas audit :	12 - 60	24 - 56	44,29	6,46
Kepuasan klien	2 - 10	4 - 10	7,46	1,54

Sumber : Hasil Penelitian 2002

Berdasarkan tabel diatas, pengukuran variabel kualitas audit, kisaran jawaban responden mendekati kisaran teoritisnya, dengan nilai rata-ratanya 44,29 dan standart deviasi 6,46. Hal ini berarti bahwa jawaban responden agak menyebar kedalam lima kategori, tetapi cenderung memiliki tingkat jawaban kualitas audit yang relatif tinggi, yang ditunjukkan nilai rata-rata yang mendekati nilai maksimum kisaran sesungguhnya. Pada variabel kepuasan klien kisaran jawaban responden mendekati kisaran teoritisnya dengan nilai rata-rata 7,46 dan standar deviasi 1,54. Maknanya adalah responden menyebar dalam lima kategori, tetapi cenderung memiliki kepuasan klien yang relatif tinggi, yang ditunjukkan oleh nilai rata-rata yang mendekati nilai maksimum kisaran yang sesungguhnya. Hal ini berarti tidak ada manajer keuangan dan controller yang menjadi responden dalam penelitian ini yang memiliki tingkat kepuasan pada tingkat ekstrim (rendah atau tinggi).

4.4. Uji Kualitas Data.

Hair et al (1998) menjelaskan bahwa kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dianalisis menggunakan pengujian reliabilitas dan validitas, untuk melihat apakah data yang digunakan reliabel dan valid dapat dilihat pada sub bagian berikut ini.

4.4.1. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten

atau stabil dari waktu ke waktu (Imam Ghozali, 2000). Pengukuran dengan *one shot* atau pengukuran sekali saja digunakan dalam penelitian ini. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel, jika memberikan nilai *cronbach alpha* $>0,60$ (Nunally, 1969 dalam Imam Ghozali, 2001).

Hasil pengujian dengan menggunakan program SPSS 10.0 menunjukkan nilai *cronbach alpha* instrumen variabel kualitas audit sebesar 0,85 dan instrumen variabel kepuasan klien sebesar 0,75 lihat lampiran (C). Artinya instrumen variabel kualitas audit maupun instrumen variabel kepuasan klien adalah handal atau reliabel untuk digunakan dalam pengolahan data.

4.4.2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini untuk mengukur validitas digunakan *Coefficient correlation pearson* yaitu dengan menghitung korelasi antara *score* masing-masing butir pertanyaan dengan total *score*, Imam Gojali (2000). Variabel kualitas audit terdiri atas 12 item pertanyaan dan variabel kepuasan klien terdiri atas 2 item pertanyaan. Hasil pengujian dengan menggunakan program SPSS 10.0 menunjukkan nilai *correlation pearson* masing-masing instrumen yang dapat dilihat pada tabel 6 .berikut ini.

TABEL 6
VALIDITAS INSTRUMEN KUALITAS AUDIT
DAN KEPUASAN KLIEN

VARIABEL	ITEM	Nilai Pearson Correlation	STATUS
KUALITAS AUDIT	X1	0,651	Valid
	X2	0,858	Valid
	X3	0,881	Valid
	X4	0,868	Valid
	X5	0,295	Valid
	X6	0,445	Valid
	X7	0,371	Valid
	X8	0,805	Valid
	X9	0,275	Valid
	X10	0,776	Valid
	X11	0,453	Valid
	X12	0,306	Valid
KEPUASAN KLIEN	X13	0,881	Valid
	X14	0,915	Valid

Sumber : Hasil Penelitian 2002 lampiran D

Dari tabel 6 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing skor butir pertanyaan (X1 - X12) terhadap total *score* butir-butir pertanyaan (kualitas audit) menunjukkan hasil yang signifikan (pada level 0.05). Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing butir pertanyaan adalah valid. Begitu juga dengan X13, dan X14 valid menjadi indikator kepuasan klien karena masing-masing item pertanyaan mempunyai nilai korelasi yang signifikan (pada level 0.05) Selanjutnya data yang dikumpulkan dengan instrumen yang valid dalam penelitian ini yang akan dianalisa lebih lanjut.

4.5. Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Multikolinearitas

Secara umum multikolinearitas jarang dijumpai pada satu variabel independen hal ini bisa dilihat pada lampiran (E) yang dapat menjelaskan bahwa data penelitian ini bebas multikolinearitas terbukti dengan koefisien korelasi 1,000 dan nilai *variance inflation factor (VIF)* dibawah 10 (Imam Ghozali, 2001). Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini.

4.5.2. Autokorelasi

Data dari penelitian ini terlihat bebas dari autokorelasi, hal ini tampak dalam lampiran (E) dan terbukti dengan nilai DW tidak berada antara batas d_l – d_u pada tingkat signifikan 5 %, jumlah sampel 65, dan jumlah variabel bebas 1 (Gujarati,1997). Diketahui dari Tabel Durbin Watson bahwa nilai batas atas $d_l = 1,51$ dan $d_u = 1,57$ dibawah nilai Durbin Watson 2,304.

4.5.3. Heterokedastisitas

Untuk mengetahui adanya kondisi heterokedastisitas pada data penelitian ini, maka digunakan cara dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya. Deteksi ada tidaknya heterokedasitas dapat dilakukan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scartepplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residualnya (Y prediksi – Y sesungguhnya), Imam Ghozali, (2001).

Secara umum dari gambar grafik *scartteplots* lihat lampiran (E) dapat dilihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah

angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi dalam penelitian ini layak dipakai untuk memprediksi variabel kepuasan klien berdasarkan variabel kualitas audit.

4.6. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini hanya terdapat satu hipotesis yang akan diuji yaitu apakah atribut-atribut variabel kualitas audit berpengaruh terhadap kepuasan klien. Pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis OLS (*Ordinary Least Squares*)/pangkat kuadrat terkecil biasa. Dengan melihat tingkat signifikansi ($< 0,05$) dari masing-masing pengaruh atribut kualitas audit terhadap kepuasan klien, maka akan dapat diketahui bahwa hipotesis ini diterima atau ditolak.

Dari hasil pengolahan statistik dengan SPSS versi 10.0 dapat diketahui hanya ada 7 saja atribut kualitas audit yang berpengaruh terhadap kepuasan klien, sedang yang 5 tidak berpengaruh terhadap kepuasan klien.

Berikut ini penjelasan dari masing-masing atribut-atribut kualitas audit tersebut :

- X1. Pengalaman tim audit dan KAP dalam melakukan pemeriksaan laporan keuangan klien.
- X2. Keahlian / pemahaman terhadap industri klien.
- X3. Responsif atas kebutuhan klien.
- X4. Kompetensi anggota-anggota tim audit terhadap prinsip-prinsip akuntansi dan norma-norma pemeriksaan.

X5. Sikap indenpendensi dalam segala hal dari individu-individu tim audit dan KAP.

X6. Anggota tim audit sebagai suatu kelompok

X7. KAP memiliki komitmen yang kuat terhadap kualitas

X8. Keterlibatan pimpinan KAP dalam pelaksanaan audit

X9. Pelaksanaan audit lapangan.

X10. Keterlibatan komite audit sebelum, pada saat, dan sesudah audit.

X11. Standar-standar etika yang tinggi dari anggota-anggota tim audit

X12. Menjaga sikap skeptisme dari anggota-anggota tim audit.

Dari tabel 7 berikut ini akan dapat diketahui hasil dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini.

TABEL 7
PENGARUH ANTARA ATRIBUT KUALITAS AUDIT DENGAN
KEPUASAN KLIEN

Atribut Kualitas Audit	Koeffisien regresi	R square	Signifikansi
X1	1,524	0,836	0.000***
X2	1,719	0,775	0.000***
X3	1,635	0,742	0.000***
X4	1.581	0,649	0.000***
X5	0,556	0,034	0.130
X6	0,224	0,022	0.231
X7	1,159	0,235	0.000***
X8	1,323	0,613	0.000***
X9	0,161	0,009	0.434
X10	1,278	0,557	0.000***
X11	0,005	0,005	0.805
X12	0,379	0,041	0.099

SUMBER : HASIL PENELITIAN 2002

4.5. HASIL UJI HIPOTESIS

Pengujian terhadap hipotesis penelitian ini yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara atribut-atribut kualitas audit terhadap kepuasan klien ternyata tidak sepenuhnya terbukti, hal ini bisa dilihat dari hasil output SPSS versi 10.0 dari regresi masing-masing atribut yang menunjukkan hasil yang berbeda-beda pada, *R square*, koefisien regresi, dan tingkat signifikansinya, dari hasil diatas terdapat 7 atribut dari kualitas audit yang berpengaruh signifikan dengan kepuasan klien yaitu (X1, X2, X3, X4, X7, X8, X10) dan ada 5 atribut kualitas audit yang tidak berpengaruh dengan kepuasan klien yaitu (X5, X6, X9, X11, X12).

Atribut pengalaman melakukan audit (X1) menunjukkan adanya pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan klien dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 (p 0,000, *R square* 0,836 dan koefisien regresi 1,524) ini berarti auditor yang berpengalaman dan yang terkait dengan pelaksanaan audit, akan memberikan kepuasan bagi klien yang sedang di audit tersebut, karena auditor yang berpengalaman akan memiliki keunggulan dalam hal : 1) mendeteksi kesalahan, 2). Memahami kesalahan secara akurat, dan 3). Mencari penyebab kesalahan. Tubs (1992).

Atribut memahami industri klien (X2) menunjukkan adanya pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan klien dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 (p 0,000, *R square* 0,775 dan koefisien regresi 1,719) ini berarti bahwa pemahaman pihak yang terkait dalam pelaksanaan audit dalam memahami industri klien, akan memberikan kepuasan bagi klien yang sedang di audit

tersebut, sebab dengan memahami industri klien berarti memperkecil resiko audit, sehingga hasil audit yang dihasilkan dapat memenuhi standar mutu auditing Hari Suharto, (2000).

Atribut responsif terhadap kebutuhan klien (X3) menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan klien dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 ($p < 0,000$, $R \text{ square } 0,742$ dan koefisien regresi 1,635), hal ini menunjukkan bahwa klien akan merasa puas apabila auditor kantor akuntan publik responsif akan kebutuhannya, hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mahon (1989) yang menyatakan bahwa klien memutuskan pilihannya terhadap suatu KAP adalah karena adanya kesungguhan dari KAP tersebut memperhatikan kebutuhan kliennya.

Atribut pemeriksaan sesuai dengan standar umum audit (X4) menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan klien dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 ($p < 0,000$, $R \text{ square } 0,649$ dan koefisien regresi 1,581). Hal ini berarti apabila auditor dalam melaksanakan tugas-tugasnya sudah sesuai dengan standar umum yang telah ditetapkan maka akan memberikan kepuasan bagi klien, seperti yang telah dikatakan oleh Elitzur dan Falk (1996) bahwa kredibilitas auditor tergantung pada: 1) kemungkinan auditor mendeteksi kesalahan yang material dan kesalahan penyajian, dan 2) kemungkinan auditor akan melaporkan apa yang ditemukannya. Kedua hal tersebut mencerminkan terlaksananya standar umum dengan adanya kedua hal tersebut akan memberikan kepuasan bagi klien.

Atribut independensi (X5) tidak berpengaruh terhadap kepuasan klien, hal ini dilihat dari tingkat signifikansinya $> 0,05$ (p 0,130, *R square* 0,034 dan koefisien regresi 0,556), hal ini menunjukkan, walaupun auditor yang melaksanakan audit sudah bersikap independen tetapi tidak berpengaruh terhadap kepuasan kliennya, karena klien lebih senang kalau auditor tersebut bisa diajak komunikasi dua arah sesuai dengan yang dinyatakan Bhen et al., (1997).

Atribut sikap hati-hati anggota tim audit (X6), tidak berpengaruh terhadap kepuasan klien, dilihat dari tingkat signifikansinya $> 0,05$ (p 0,231, *R square* 0,022 dan koefisien regresi 0,224), hal ini menunjukkan bahwa apabila auditor dalam melaksanakan kegiatannya dilakukan dengan hati-hati akan membuat kliennya merasa tidak puas. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan klien lebih menginginkan auditor bekerja sesuai dengan keinginan klien karena dengan sikap hati-hatian yang tinggi seorang auditor akan sulit untuk diajak berkomunikasi sesuai dengan apa yang diinginkan oleh klien.

Atribut komitmen kuat terhadap kualitas audit (X7) berpengaruh terhadap kepuasan klien dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ (p 0,000, *R square* 0,235 dan koefisien regresi 1,159), hal ini menunjukkan bahwa apabila auditor dalam melakukan pekerjaannya menunjukkan adanya komitmen yang kuat terhadap kualitas auditnya maka akan memberikan kepuasan bagi kliennya, hal ini juga didukung oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) selaku induk organisasi akuntan di Indonesia yang mewajibkan bagi calon anggota baru untuk mengikuti program pendidikan profesi akuntan (PPA), sebab dengan *qualiti control* PPA, IAI mampu menjamin kualitas audit anggotanya Harry Suharto (2002).

Atribut keterlibatan pimpinan audit terhadap pemeriksaan (X8)

berpengaruh terhadap kepuasan klien hal ini bisa dilihat dari tingkat signifikansinya $< 0,05$ (p 0,000, R square 0,613 dan koefisien regresi 1,323), hal ini berarti apabila auditor yang melaksanakan pekerjaannya didampingi oleh pimpinannya maka hal ini akan memberikan kepuasan bagi klien yang diaudit tersebut, sebab dengan keterlibatan pimpinan dalam melaksanakan audit akan memberikan motivasi terhadap bawahan dan perbaikan atas kegiatan yang dilakukan, akan membuat klien merasa puas Tatang. (1995).

Atribut melakukan pekerjaan lapangan dengan tepat (X9), tidak berpengaruh terhadap kepuasan klien, hal ini bisa dilihat dari tingkat signifikansinya yang diatas 0,05 (p 0,434, R square 0,009 dan koefisien regresi 0,161), hal ini berarti apabila auditor melakukan pekerjaan lapangannya dengan tepat akan memberikan ketidak puasan bagi kliennya. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan klien lebih menginginkan auditor bekerja sesuai dengan keinginan klien dan bisa diajak komunikasi.

Atribut hubungan KAP dengan komite audit (X10) berpengaruh positif terhadap kepuasan klien dilihat dari tingkat signifikansinya $< 0,05$ (p 0,000, R square 0,557 dan koefisien regresi 1,278), apabila auditor yang melakukan auditnya sering melakukan kontak dengan komite audit perusahaan maka akan memberikan kepuasan bagi klien perusahaan tersebut, sebab praktek yang terbaik yang dapat dilakukan KAP untuk menjaga independensi dan profesionalismenya jika berhadapan dengan ketepatan penggunaan prinsip-prinsip akuntansi oleh

klien adalah dengan melakukan komunikasi dengan dewan direksi atau komite audit, Glazer dan Fabian (1997).

Atribut standar etika yang tinggi (X11), tidak berpengaruh terhadap kepuasan klien hal dilihat dari signifikansi $< 0,05$ (p 0,805, R square 0,005, dan koefisien regresi 0,005). Hal ini mengandung arti apabila auditor yang melaksanakan pekerjaannya itu mempunyai etika yang tinggi maka akan menimbulkan ketidakpuasan terhadap klien. Hal ini menunjukkan bahwa klien lebih menginginkan auditor bekerja sesuai dengan keinginan klien karena dengan menjunjung etika yang tinggi seorang auditor akan sulit untuk diajak berkomunikasi sesuai dengan apa yang diinginkan oleh klien.

Atribut tidak mudah percaya (X12), tidak berpengaruh terhadap kepuasan klien hal ini bisa dilihat dari signifikansi $> 0,05$ (p 0,099, R square 0,041 dan koefisien regresi 0,379). Hal ini mengandung arti bahwa apabila auditor dalam melaksanakan pekerjaannya itu menunjukkan sikap yang tidak mudah percaya yang tinggi maka, akan menimbulkan ketidakpuasan bagi kliennya. Hal ini juga didukung oleh hasil dari Bhen et al (1997), bahwa klien akan merasa tidak puas apabila auditor yang melakukan tugasnya menaruh kecurigaan yang tinggi terhadap kliennya.

Secara umum hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Bhen et al (1997) dengan sedikit perbedaan pada penemuan baru atribut (X7) yang menyatakan bahwa komitmen yang kuat terhadap kualitas audit berpengaruh terhadap kepuasan klien. Diterimanya atribut KAP mempunyai komitmen yang kuat terhadap kualitas audit karena hal ini tidak lepas dari adanya usaha-usaha yang

dilakukan oleh IAI (Ikatan Akuntan Indonesia) selama ini membuat klien kantor akuntan publik merasa puas adapun usaha yang dilakukan oleh IAI antara lain membuat program bagi para anggotanya yang bekerja di kantor-kantor akuntan publik untuk meningkatkan kualitas auditnya dengan cara mengikuti program profesi berkelanjutan dan hal itu sifatnya wajib, sedang program yang lainnya yaitu PPA (Pendidikan Profesi Akuntan) yaitu suatu program yang diperuntukkan bagi calon anggota baru untuk wajib mengikuti program tersebut, dan hal ini merupakan suatu komitmen yang kuat bagi IAI untuk meningkatkan kualitas anggotanya agar auditnya berkualitas hal ini seperti yang dikemukakan oleh Harry Suharto (2000) dengan *qualiti control* PPA, IAI mapu menjamin kualitas audit anggotanya.

UPT-PUSTAK-INDIP

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN KETERBATASAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian terhadap hipotesis penelitian ini yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara atribut-atribut kualitas audit terhadap kepuasan klien ternyata tidak sepenuhnya terbukti, hal ini bisa dilihat dari hasil output SPSS versi 10.0 *Ordinari Least Square (OLS)* masing-masing atribut yang menunjukkan hasil yang berbeda-beda pada, *R square*, koefisien regresi, dan tingkat signifikansinya, dari hasil diatas terdapat 7 atribut dari kualitas audit yang berpengaruh signifikan dengan kepuasan klien yaitu (X1, X2, X3, X4, X7, X8, X10) dan ada 5 atribut kualitas audit yang tidak berpengaruh dengan kepuasan klien yaitu (X5, X6, X9, X11, X12).

Secara umum hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Bhen et al (1997) dengan sedikit perbedaan pada penemuan baru atribut (X7) yang menyatakan bahwa komitmen yang kuat terhadap kualitas audit berpengaruh terhadap kepuasan klien. Diterimanya atribut KAP mempunyai komitmen yang kuat terhadap kualitas audit karena hal ini tidak lepas dari adanya usaha-usaha yang dilakukan oleh IAI (Ikatan Akuntan Indonesia) selama ini membuat klien kantor akuntan publik merasa puas adapun usaha yang dilakukan oleh IAI antara lain membuat program bagi para anggotanya yang bekerja di kantor-kantor akuntan publik untuk meningkatkan kualitas auditnya dengan cara mengikuti program profesi berkelanjutan dan hal itu sifatnya wajib, sedang program yang lainya yaitu

PPA (Pendidikan Profesi Akuntan) yaitu suatu program yang diperuntukkan bagi calon anggota baru untuk wajib mengikuti program tersebut, dan hal ini merupakan suatu komitmen yang kuat bagi IAI untuk meningkatkan kualitas anggotanya agar auditnya berkualitas hal ini seperti yang dikemukakan oleh Harry Suharto (2000) dengan *qualiti control* PPA, IAI mapu menjamin kualitas audit anggotanya.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah pada jumlah sampel yang kembali sangat minim dan kurang dari sampel minimum yang ditetapkan sehingga sulit untuk menggeneralisasi hasil dari penelitian ini. Data penelitian ini dihasilkan dari instrumen yang mendasarkan pada persepsi jawaban responden. Hal ini akan menimbulkan masalah jika persepsi responden berbeda dengan keadaan yang sesungguhnya. Rekomendasi untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mencoba menambah populasi di luar perusahaan yang terdaftar di BEJ dan sekaligus membandingkan antara jawaban responden yang terdaftar di perusahaan terdaftar di BFJ dengan perusahaan yang tidak terdaftar di BEJ.

5.3. IMPLIKASI

5.3.1. Implikasi praktik

Penelitian ini sangat berguna sekali bagi IAI dan para anggotanya yaitu untuk mendukung peningkatan hubungan kerja dengan pihak klien dan mencapai keunggulan bersaing melalui kualitas audit serta memberikan masukan kepada

IAI kompartemen akuntan publik, berdasarkan hasil penelitian ini disarankan, untuk meningkatkan kualitas anggotanya dengan mengontrol mutu dari para anggotanya baik yang sudah menjadi anggota maupun yang akan menjadi anggota. Melalui pendidikan profesi yang berkelanjutan dan aturan yang ketat untuk menjadi seorang akuntan.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan kepada pengembangan teori bidang auditing khususnya tentang kualitas audit dan juga pemasaran khususnya tentang kualitas pelayanan terhadap konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Behn, B.K., Carcello, J.V., Hermanson D.R., Hermanson, R.H. (1997). The Determinants of Audit Client Satisfaction among Clients of Big 6 Firms, *Accounting Horizons*, (March) Vol. 11, No.(1),7-24.
- Carcello, J.V., R.H. Hermanson, and N.T. McGrath (1992). Audit Quality Attributes : The Perceptions of Audit Partners, Prepares, and Financial Statement Users, *Auditing : A Journal of Practice & Theory* 11, (Spring):1-15.
- Crane, F.G. 1991. Customer Satisfaction/Disatisfaction With Profesional Services. *Journal of profesional Serces Marketing*. Vol. 7 (2): 19-25.
- Cronin, Joseph J. and Steven A. Taylor, (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extention, *Journal of Marketing*. (July). vol. 56: 55-68.
- Elitzur, Ramy and Haim Falk (1996). Planned Audit Quality, *Journal of Accounting and Public Policy*, vol. 15: 247-269.
- Elliott, R.K., and P.D. Jacobson. 1994-95. AICPA. Assurance Services Commite: What is The Future of Auditing ? *The Journal of Corporate Accounting and Finance* (Winter): 87-97.
- Fornell et al (1996),” The American Customer Satisfaction Index, Nature Purpose, and Finding,” *Journal of Marketing*, Oktober Vol, 60, p.7-18,
- Glazer, Alan S. and Sheri L. Fabian (1997). Best Practices for CPA Firms, *Journal of Accountancy*, (September). 93-97.
- Hair J.r., Joseph F., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham and William C. Black (1995). *Multivariate Data Analysis with Readings*, Forth Edition, Prentice Hall International Inc.
- Hall, M.C., and K.M. Elliott (1993). Expectations and performance From Whose Perspective : A note on measuring service quality, *Journal of Professional Service Marketing* 8(2):27-32.
- Handi Irawan, (2000). “Mengukur Customer Satisfaction Sejak Dini”. *Bisnis Indonesia*, Jum’at, 25 Februari.
- Harry Suharto, (2002), Quality Control PPA, IAI Mampu Menjamin Kualitas, *Media Akuntansi*, Edisi 24/ Maret/ Tahun IX.

- H.S. Munawir(1997), *Auditing Modern*, Buku 1 BPFE, Yogyakarta,
- Ikatan Akuntan Indonesia, 1994. *Standar Profesional Akuntan Publik*. Bagian Penerbit STIE YKPN: Yogyakarta.
- Imam Ghozali (2001), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, BP UNDIP, Semarang.
- Jemsly Hutabarat, Ke “ Cipta Nilai” Dengan “ Kompetensi Inti” *Usahawan*, No. 06 Th. XXIV/ Juni 1995.
- Indonesian Capital Market Directory 2001” *Institute for Economic and Financial Research*”.
- J. Supranto (1997). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan,” *Bhinika Cipta*.”
- Mahon, James J. (1982). *The Marketing of Pprofessional Accounting Service*, 2nd ed., John Wiley & Sons, Canada.
- Mangos, N.C., Balla, J.R., & McDonald, R.P. (1998). Goodness of fit indexes in Confirmatory Factor Analysis : The Effect of Sample Size, *Phsychological Bulletin*.
- Mautz, R.K. and Hussein A. Sharaf (1961). *The Philosophy of Auditing*, AAA, Florida.
- Menon, Krishnagopal and Joanne Deahl Williams (1994). The Use of Audit Committees for Monitoring, *Journal of Accounting and Public Policy*, vol. 13:121-139..
- Mock, T.J., and M. Samet (1982). *A Multi Attribute Model for Audit Evaluation*, in Proceedings of the VI University of Kansas Audit Symposium.
- Muhammad Ishak, (2000), Analisis Faktor-Faktor Penentu Kualitas Audit Menurut Persepsi Klien, Tesis UGM (Tidak di Publikasikan)
- Neni Meidawati, Meningkatkan Akuntabilitas Auditor Independen Melalui Standar Profesional, *Media Akuntansi Edisi 16-Januari-Februari-Tahun 8-2001*
- Parasuraman, A., Valeri A. Zeithmal, and Leonard L. Berry (1985). Problem and Strategis in Service Marketing. *Journal of Marketing (Spring)*. Vol 49.38-46.

- Parasuraman et al (1994),” Reasessment of Expectation as a Comparison Standard in Measuring Service Quality : Implications for Futher Research,” *Journal of Marketing*, Vol, P. 111-124.
- Rao, Purba (1996), Measuring Consumer Perceptions Trough Factor Analysis, *The Asian Manager*, Feb – March.
- Schroeder, M.S., I. Salomon, and D.W. Vickrey (1986) Audit Euality : The Perception of Audit Committee Chairpersons and Audit Partners, *Auditing : A Journal of Practice & Theory* 5, (Spring):86-94.
- Sutton, S.G. (1993). Toward an Understanding of the Factors Affecting the Quality of the Audit Process, *Decision Sciences* 24:88-105.
- Taylor, S.A., and TT. Baker (1994). An Assesment of the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumer’s Purchase Intentions, *Journal of Retailing* 70 (2):163-178.
- Tubb, Richard M. (1992) The Effect of Experience on the Auditors Organization and Amount of Knowledge, *The Accounting review*, (October), vol. 67, no. 4:783-801.
- Tatang, *Manajemen dan Usahawan Indonesia*, No. 06/Th XXIV/ Juni 1995.
- Tim, *Media Akuntansi* (1998), Penelitian Kepuasan Klien dari Masa ke Masa : Belum Menjawab Kebutuhan, No. 25/ Th. V. / Maret..
- Silvia Dewiyanti. 2000. *Analisis Pengaruh Kualitas Audit dan Pergantian Auditor Terhadap Kepuasan Klien Kantor Akuntan Publik*. Tesis Prgram Pasca Sarjana Magister Akuntansi Universitas Diponegoro (tidak dipublikasikan).
- Wolk, Carel M. and Charles W. Wootton. 1997. Handling the Small Public Audit Client. *Journal of Accountancy*. (May): 53-57.
- Woodruff (1997),” Customer Value:The Next Source for Competitive Advantage,” *Journal of The Academic of Marketing Science*, Vol.25, No.2, Pages 139-153.

Nomor:
Lamp.: Satu (1) set Kuesioner
Hal : Permohonan Menjadi Responden

**Kepada Yth.
Bapak/Ibu Manajer Keuangan/Kontroler
Di Tempat**

Dengan Hormat,

Yang bertandatangan dibawah ini, saya ;

Nama : Ridwan Widagdo
NIM : C4C000162
Status : Mahasiswa Program Pasca Sarjana
Program Studi Magister Akuntansi (MSi)
Universitas Diponegoro Semarang

Sedang melaksanakan penelitian dalam rangka menyelesaikan Tesis untuk program S-2 dalam bidang Akuntansi. Dalam penelitian ini saya mengetengahkan tema yang berkaitan dengan persepsi Klien tentang atribut kualitas audit yang berpengaruh terhadap kepuasan klien, dibawah bimbingan Dr. Arifin Sabeni, M Com. Hons, Akt dan Dra. Zulaikha S, Msi, Akt.

Saya memohon kesediaan bapak/ibu untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini. Saya menyadari permohonan ini sedikit banyak akan mengganggu pekerjaan bapak/ibu. Saya akan menjamin kerahasiaan dari semua Jawaban/ yang telah Bapak/Ibu berikan, semua semata-mata digunakan hanya untuk kepentingan penyelesaian tesis saya dan hanya ringkasan dari hasil analisis yang akan dilaporkan atau dipublikasikan. Atas kesediaan, partisipasi dan kerjasama Bapak/Ibu, saya mengucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Ridwan Widagdo

Jl. Erlangga Tengah 17 Semarang, Telp. (024) 8452273 – 74, Fax. (024) 8452274
E-mail : msiundip@semarang.wasantara.net.id

Cara Pengisian dan Pengembalian Kuesioner

1. Isilah masing-masing pernyataan sesuai dengan petunjuk pada masing-masing instrumen
2. Setiap pernyataan hanya dibutuhkan satu jawaban saja.
3. Setelah itu mohon Bapak/Ibu mengirimkannya kembali melaalui kantor pos terdekat, tanpa perangko.
4. Pengembalian kuesioner, paling lambat 1 minggu setelah surat ini bapak/ibu terima.

IDENTITAS RESPONDEN

No. Responden :

1. Umur : Tahun
2. Jenis Kelamin : Pria Wanita
3. Bekerja di Perusahaan ini sejak tahun
.....
4. Menduduki jabatan sekarang ini sejak tahun.....bulan.....

Jawaban atas pertanyaan berikut ini (soal 1 sampai dengan 14) dapat digunakan untuk mengetahui persepsi Klien tentang atribut kualitas audit yang berhubungan dengan kepuasan klien Mohon Bapak /Ibu dapat menyatakan pendapat dengan memberi tanda silang (X) pada salah satu angka, dari 1 hingga angka 5.

Keterangan :

1. sangat tidak setuju
2. tidak setuju
3. netral
4. setuju
5. sangat setuju

Sangat tidak setuju			Sangat setuju		
1	2	3	4	5	

A. INSTRUMEN KUALITAS AUDIT

1	KAP dan tim audit (level manajer dan di atasnya) mempunyai pengalaman yang cukup dalam mengaudit perusahaan	1	2	3	4	5
2	KAP dan tim audit (level senior dan di atasnya) mempunyai pemahaman lingkungan bisnis yang cukup dalam memeriksa perusahaan	1	2	3	4	5
3	KAP sangat responsif terhadap kebutuhan perusahaan	1	2	3	4	5
4	Anggota tim audit melaksanakan pemeriksaan sesuai dengan standar umum audit.	1	2	3	4	5
5	Dalam semua hal yang berhubungan dengan Kantor Akuntan Publik (KAP), dan dengan anggota-anggota tim audit secara individu, tidak pernah terlibat dalam tindakan-tindakan apapun yang akan mengganggu independensi mereka, baik secara fakta ataupun kelihatannya.	1	2	3	4	5
6	Anggota-anggota tim audit sebagai sebuah grup selalu bersikap hati-hati dalam mengambil keputusan selama melakukan audit	1	2	3	4	5
7	Kantor Akuntan Publik (KAP) mempunyai komitmen yang kuat terhadap kualitas audit	1	2	3	4	5
8	Eksekutif (partner/manajer) dari KAP terlibat secara aktif dalam pemeriksaan	1	2	3	4	5
9	Anggota-anggota tim audit melaksanakan pekerjaan lapangan audit dengan cara yang tepat.	1	2	3	4	5
10	Anggota tim audit berhubungan dengan Komite Audit/Dewan Direksi perusahaan secara efektif sebelum, selama dan sesudah pemeriksaan.	1	2	3	4	5
11	Anggota-anggota tim audit mempunyai standar etika yang tinggi dan sangat mengetahui akuntansi dan auditing	1	2	3	4	5
12	Anggota-anggota tim audit tidak mudah percaya terhadap pernyataan perusahaan anda selama melakukan audit	1	2	3	4	5

Jawaban atas pertanyaan berikut ini (soal 1 sampai dengan 2) dapat digunakan untuk mengetahui persepsi Klien tentang seberapa puas klien terhadap semua kinerja kantor akuntan publik dan kinerja dari anggota-anggota tim audit. Mohon Bapak /Ibu dapat menyatakan pendapat dengan memberi tanda silang (X) pada salah satu angka, dari 1 hingga angka 5.

Keterangan :

1. sangat tidak memuaskan
2. Tidak memuaskan
3. Netral
4. Memuaskan
5. Sangat memuaskan

Sangat	tidak	Memuaskan
Sangat Memuaskan		
1	2	3
		4
		5

B. INSTRUMEN KEPUASAN KLIEN

13	Seberapa puaskah anda dengan semua kinerja dari Kantor Akuntan Publik (KAP)	1	2	3	4	5
14	Seberapa puaskah anda dengan semua kinerja dari anggota-anggota tim audit sebagai group yang mengaudit perusahaan anda	1	2	3	4	5