

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR SINGKATAN.....	xv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Motivasi Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
1.7 Kontribusi Penelitian.....	14
1.8 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	16
1.8.1 Ruang Lingkup Penelitian	16
1.8.2 Batasan Penelitian	18
1.9 Sistematika Penulisan.....	19
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 Teori <i>Algorithm Appreciation</i>	21
2.1.2 <i>Artificial Intelligence</i> dalam Audit.....	23
2.1.3 Teori <i>Algorithm Appreciation</i> dan Penerimaan AI dalam Audit.....	25

2.1.4	Objektivitas dan Kredibilitas dalam Audit.....	28
2.1.5	Penggunaan AI oleh Auditor dan Perusahaan dalam Proses Audit.....	31
2.2	Tinjauan Pustaka dan Hipotesis	35
2.2.1	Penelitian Terdahulu.....	35
2.2.2	Kesenjangan Penelitian (<i>Research Gap</i>).....	42
2.2.3	Hipotesis Penelitian.....	45
2.2.3.1	Pengaruh Penggunaan AI - Auditor (AUS) terhadap Persepsi Objektivitas Hasil Audit	45
2.2.3.2	Pengaruh Penggunaan AI - Perusahaan (COS) terhadap Persepsi Objektivitas Hasil Audit.....	47
2.2.3.3	Pengaruh Interaksi antara AUS dan COS terhadap Persepsi Objektivitas Hasil Audit	49
2.2.3.4	Pengaruh Penggunaan AI - Auditor (AUS) terhadap Persepsi Kredibilitas Hasil Audit.....	52
2.2.3.5	Pengaruh Penggunaan AI - Perusahaan (COS) terhadap Persepsi Kredibilitas Hasil Audit	54
2.2.3.6	Pengaruh Interaksi antara AUS dan COS terhadap Persepsi Kredibilitas Hasil Audit.....	56
2.2.4	Kerangka Pemikiran	58
BAB III METODA PENELITIAN		62
3.1	Desain Penelitian.....	62
3.2	Definisi Operasional Penelitian.....	64
3.2.1	Variabel Independen.....	64
3.2.1.1	Penggunaan AI - Auditor (AUS).....	64
3.2.1.2	Penggunaan AI - Perusahaan (COS)	65
3.2.2	Variabel Dependen	65
3.2.2.1	Persepsi Objektivitas Hasil Audit (OBJ).....	66
3.2.2.2	Persepsi Kredibilitas Hasil Audit (KRE)	67
3.2.3	Variabel Moderasi (AUS × COS)	67
3.3	Populasi dan Sampel	70

3.3.1	Populasi	70
3.3.2	Sampel	71
3.4	Instrumen Penelitian.....	73
3.4.1	Jenis dan Bentuk Instrumen	73
3.4.2	Pengembangan Instrumen	79
3.4.3	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	80
3.4.3.1	Validitas	80
3.4.3.2	Reliabilitas.....	82
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	82
3.5.1	Alat dan Media Pengumpulan Data.....	82
3.5.2	Langkah-Langkah Pengumpulan Data	83
3.5.3	Waktu Pelaksanaan Pengumpulan Data	84
3.6	Teknik Analisis Data	85
3.6.1	Uji Kualitas Data	86
3.6.2	<i>Screening</i> Data dan <i>Manipulation Check</i>	86
3.6.3	Analisis Statistik Deskriptif.....	87
3.6.4	Uji Asumsi Klasik	89
3.6.5	Uji Two-Way ANOVA	89
3.6.6	Uji ANCOVA.....	90
3.6.7	Analisis Grafik Estimated Marginal Means (EMMeans).....	90
3.6.8	Uji Effect Size (Partial Eta Squared (η^2_p)).....	90
3.6.9	Interpretasi dan Pelaporan Hasil.....	91
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		92
4.1	Pelaksanaan Eksperimen	92
4.2	Deskripsi Data	93
4.3	Uji Kualitas Data.....	103
4.3.1	Uji Validitas	104
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	111
4.4	Uji Bivariat (<i>Manipulation Check</i>)	112
4.5	Analisis Statistika Deskriptif.....	115
4.6	Uji Asumsi Klasik	121

4.7	Uji Hipotesis.....	129
4.7.1	Uji ANOVA / Two-Way ANOVA.....	129
4.7.2	Uji ANCOVA.....	140
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	149
4.8.1	Pengaruh Penggunaan AI oleh Auditor terhadap Objektivitas dan Kredibilitas Hasil Audit (H1 & H4).....	149
4.8.2	Pengaruh Penggunaan AI oleh Perusahaan terhadap Objektivitas dan Kredibilitas Hasil Audit (H2 & H5).....	154
4.8.3	Interaksi (Moderasi) antara Penggunaan AI Auditor dan Perusahaan terhadap Objektivitas dan Kredibilitas Hasil Audit (H3 & H6)	159
BAB V SIMPULAN		164
5.1	Kesimpulan.....	164
5.2	Implikasi Penelitian.....	166
5.3	Keterbatasan Penelitian	168
5.4	Saran Penelitian Selanjutnya.....	169
DAFTAR PUSTAKA		172
LAMPIRAN.....		180

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1	Kelompok Skenario Penelitian.....	64
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	68
Tabel 3.3	Persepsi terhadap Objektivitas Hasil Audit.....	76
Tabel 3.4	Persepsi terhadap Kredibilitas Hasil Audit	77
Tabel 4.1	Data 11 Responden Tidak Lolos <i>Data Cleaning</i>	94
Tabel 4.2	Perhitungan <i>Response Rate</i> Berdasarkan Data <i>LimeSurvey</i>	96
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	96
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	97
Tabel 4.5	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	98
Tabel 4.6	Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Kerja.....	99
Tabel 4.7	Distribusi Responden Berdasarkan Jabatan/Posisi.....	100
Tabel 4.8	Distribusi Responden Berdasarkan Sektor/Industri	102
Tabel 4.9	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	104
Tabel 4.10	<i>Anti-Image Correlation</i> (Nilai MSA).....	106
Tabel 4.11	KMO dan Bartlett's Test	107
Tabel 4.12	<i>Communalities</i>	108
Tabel 4.13	<i>Total Variance Explained</i>	109
Tabel 4.14	<i>Rotated Component Matrix</i>	110
Tabel 4.15	Uji Reliabilitas.....	112
Tabel 4.16	<i>Crosstabulation</i> antara {rand(1,4)} dan Jawaban MC (151 Responden).....	114
Tabel 4.17	Hasil Uji <i>Chi-Square</i> antara {rand(1,4)} dan Jawaban MC (151 Responden).....	115
Tabel 4.18	<i>Descriptive Statistics</i>	116
Tabel 4.19	Statistik Deskriptif Berdasarkan Kelompok Skenario	118
Tabel 4.20	Hasil Uji Normalitas (<i>Kolmogorov-Smirnov</i> dan <i>Shapiro-Wilk</i>)	121
Tabel 4.21	Hasil Uji Homogenitas Varians (<i>Levene's Test</i>).....	128

Tabel 4.22 Hasil Uji <i>Two-Way ANOVA</i> – Pengaruh Penggunaan AI Auditor (AUS) dan AI Perusahaan (COS) terhadap Objektivitas (OBJ_MEAN)	129
Tabel 4.23 Hasil Uji <i>Two-Way ANOVA</i> – Pengaruh Penggunaan AI Auditor (AUS) dan AI Perusahaan (COS) terhadap Kredibilitas (KRE_MEAN)	133
Tabel 4.24 Hasil Uji <i>Two-Way ANOVA</i> – Pengaruh Penggunaan AI Auditor (AUS) dan AI Perusahaan (COS) terhadap Familiaritas (FAM_MEAN).....	136
Tabel 4.25 Hasil Uji ANCOVA – <i>Tests of Between-Subjects Effects</i> (Dependent Variable: OBJ_MEAN).....	141
Tabel 4.26 Hasil Uji ANCOVA – <i>Tests of Between-Subjects Effects</i> (Dependent Variable: KRE_MEAN)	145

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian.....	61
Gambar 4.1	Grafik <i>Scree Plot Analysis</i>	110
Gambar 4.2	Grafik P-P Plot Residual untuk Variabel OBJ_MEAN.....	123
Gambar 4.3	Grafik P-P Plot Residual untuk Variabel KRE_MEAN.....	124
Gambar 4.4	Grafik P-P Plot Residual untuk Variabel FAM_MEAN	126
Gambar 4.5	Grafik Estimated Marginal Means of OBJ_MEAN – Hubungan antara Penggunaan AI Auditor (AUS) dan AI Perusahaan (COS) terhadap Objektivitas (OBJ_MEAN)	131
Gambar 4.6	Grafik Estimated Marginal Means of KRE_MEAN – Hubungan antara Penggunaan AI Auditor (AUS) dan AI Perusahaan (COS) terhadap Kredibilitas (KRE_MEAN).....	135
Gambar 4.7	Grafik Estimated Marginal Means of FAM_MEAN – Hubungan antara Penggunaan AI Auditor (AUS) dan AI Perusahaan (COS) terhadap Familiaritas AI (FAM_MEAN).....	138
Gambar 4.8	Grafik Estimated Marginal Means of OBJ_MEAN (ANCOVA) – Hubungan antara Penggunaan AI Auditor (AUS) dan AI Perusahaan (COS) terhadap Objektivitas (OBJ_MEAN).....	143
Gambar 4.9	Grafik Estimated Marginal Means of KRE_MEAN (ANCOVA) – Hubungan antara Penggunaan AI Auditor (AUS) dan AI Perusahaan (COS) terhadap Kredibilitas (KRE_MEAN)	147

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Uji SPSS.....	180
Lampiran 2. Skenario Eksperimen.....	197
Lampiran 3. Lembar Izin Penelitian.....	201
Lampiran 4. Tampilan Persetujuan Partisipan pada <i>LimeSurvey</i>	202
Lampiran 5. Tampilan Skenario Eksperimen pada <i>LimeSurvey</i>	204
Lampiran 6. Tampilan Kuesioner Eksperimen pada <i>LimeSurvey</i>	208
Lampiran 7. Bukti Proofread Bahasa Indonesia	213
Lampiran 8. Bukti Proofread Bahasa Inggris.....	214