

**IDENTITAS PROFESIONAL AUDITOR DAN IDENTITAS ORGANISASI
AUDITOR (KAP) TERHADAP KOMERSIALISASI PADA KAP DI
SURABAYA YANG TERDAFTAR DI IAPI TAHUN 2018**

Nama : Intan Purnamasari

Jurusan / Program Studi : Akuntansi

Pembimbing : Senny Harindahyani, S.E., M.Ak., Ak., CA.

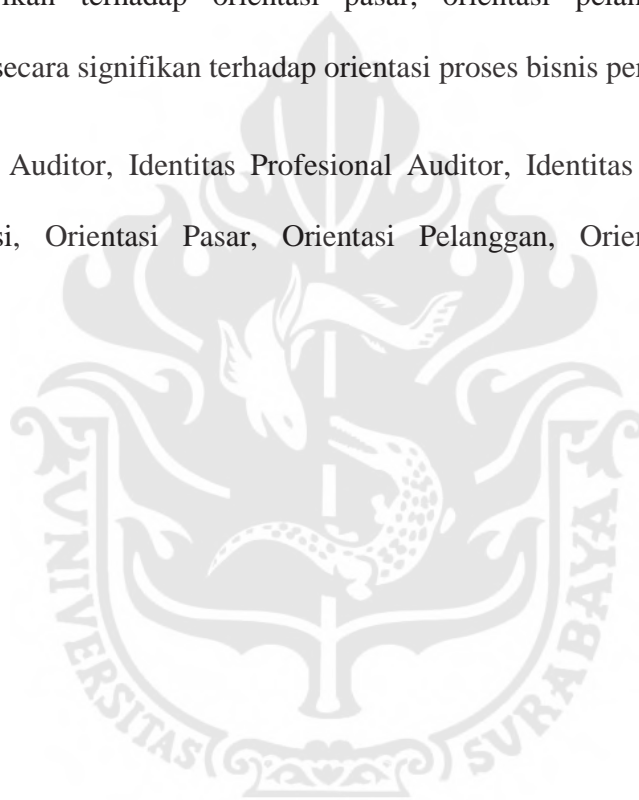
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji teori tentang Identitas profesional auditor berpengaruh positif secara signifikan terhadap orientasi pelanggan dan orientasi proses bisnis perusahaan di KAP serta berpengaruh negatif secara signifikan terhadap orientasi pasar di KAP. Identitas organisasi auditor berpengaruh positif secara signifikan terhadap orientasi pasar, orientasi pelanggan dan orientasi proses bisnis perusahaan di KAP.

Penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan uji asumsi klasik dan regresi linier berganda. Objek penelitian ini adalah auditor independen yang bekerja pada KAP yang berlokasi di Surabaya yang memiliki posisi terakhir sebagai junior auditor, senior auditor, supervisor, manager dan partner. Data penelitian berupa data primer. Data primer yang diolah berupa data kuesioner yang dibagikan kepada 90 orang auditor sebagai responden. Penelitian ini menggunakan data tahun 2018 karena distribusi kuesioner dilakukan pada tahun 2018.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa identitas profesional auditor berpengaruh positif secara signifikan terhadap orientasi proses bisnis perusahaan namun tidak berpengaruh positif terhadap orientasi pelanggan dan tidak berpengaruh negatif terhadap orientasi pasar. Identitas organisasi auditor berpengaruh positif secara signifikan terhadap orientasi pasar, orientasi pelanggan namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap orientasi proses bisnis perusahaan.

Kata kunci : Auditor, Identitas Profesional Auditor, Identitas Organisasi Auditor, Komersialisasi, Orientasi Pasar, Orientasi Pelanggan, Orientasi Proses Bisnis Perusahaan.



**IDENTITAS PROFESIONAL AUDITOR DAN IDENTITAS ORGANISASI
AUDITOR (KAP) TERHADAP KOMERSIALISASI PADA KAP DI
SURABAYA YANG TERDAFTAR DI IAPI TAHUN 2018**

Name : Intan Purnamasari

Dicipline / Study Programme : Akuntansi

Contributor : Senny Harindahyani, S.E., M.Ak., Ak., CA.

ABSTRACT

This study aims to examine the theory of auditor professional identity significantly positive effect on customer orientation and the orientation of the company's business processes in Public Accounting Firm and significantly negative effect on market orientation in Public Accounting Firm. The identity of the aditor organization has a significant positive effect on market orientation, customer orientation and the orientation of the company's business processes in Public Accounting Firm.

This study was carried out by conducting classical assumption tests and multiple linear regression. The object of this study are the independent auditor who working at Public Accounting Firm located in Surabaya which has the last position as a junior auditor, senior auditor, supervisor, manager and partner. The research data are primary data. Primary data processed in the form of questionnaire data distributed to 90 auditors as respondents. This study uses data in 2018 because questionnaire distribution was carried out in 2018.

The results of this study indicate that the auditor's professional identity has a significant positive effect on the orientation of the company's business process but does not have a positive effect on customer orientation and does not negatively affect market orientation. Auditor organization identity has a significant positive effect on market orientation, customer orientation but does not significantly influence the orientation of the company's business processes.

Keywords: Auditor, Auditor Professional Identity, Auditor Organization Identity, Commercialization, Market Orientation, Customer Orientation, Company Business Process Orientation.

