

Lampiran Kuesioner:

KUESIONER PENELITIAN

Daftar pertanyaan berikut ini terdiri dari tipe isian dan tipe pilihan. Pada tipe isian, isilah pada tempat yang telah disediakan dengan singkat dan jelas. Sedangkan pada tipe pilihan berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang bapak/ ibu anggap benar.

A. Pertanyaan Umum

- 
1. Nama (boleh tidak diisi) :
2. Nama Perusahaan :
3. Alamat Perusahaan :
4. Umur : Thn
5. Jenis Kelamin : [L]
[P]
6. Jabatan : (i). Manajer Pemasaran []
(ii). Manajer Keuangan []
(iii). Manajer Operasional []
(iv). Manajer Sumber Daya Manusia []
7. Pendidikan : SMU/D1/D2/D3/S1/S2/S3
8. Jurusan :
9. Masa kerja : Thn

B. Pertanyaan Kategori

Bapak/Ibu dimohon memberi tanda silang (X), pada kotak [] yang tersedia untuk Tipe Industri yang digunakan dan jumlah karyawan yang dimiliki oleh perusahaan.

Jumlah karyawan

101-200	<input type="checkbox"/>
201-300	<input type="checkbox"/>
301-400	<input type="checkbox"/>
401-500	<input type="checkbox"/>
501-600	<input type="checkbox"/>
601-700	<input type="checkbox"/>
701-800	<input type="checkbox"/>
>801	<input type="checkbox"/>

Jumlah karyawan perusahaan :

Jumlah karyawan yang menguasai sistem :

C.Pertanyaan Khusus I.

Bapak/Ibu dimohon memberi tanda silang (X) untuk tanggapan atas item-item di bawah ini

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
	Faktor Tingkat Kepentingan Penggunaan Marketing Strategy					
1.	Penting bagi perusahaan saya untuk menggunakan Strategi pemasaran untuk mempertahankan jumlah pelanggan yang telah ada untuk menjadi pelanggan tetap.					
2.	Penting bagi perusahaan saya untuk menggunakan Strategi Pemasaran guna mempertahankan jumlah pelanggan dengan menjaga konsumen lama.					
3.	Penting bagi perusahaan saya untuk menggunakan Strategi pemasaran dengan langsung memperbaiki produk yang kita jual, tanpa meminta saran dari konsumen.					
	Faktor kepentingan penggunaan Sistem Informasi					

	Akuntansi Manajemen(Sebuah Strategi untuk mendukung <i>Marketing Strategy</i>)					
4.	Penting bagi perusahaan saya untuk menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, untuk melakukan analisa tentang Penjualan yang didapat dari konsumen atau sekelompok konsumen, untuk mendukung <i>Marketing Strategy</i>					
5.	Penting bagi perusahaan saya untuk menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, untuk melakukan analisa tentang Pembiayaan yang didapat dari konsumen atau sekelompok konsumen, untuk mendukung <i>Marketing Strategy</i> .					
6.	Penting bagi perusahaan saya untuk menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, untuk melakukan analisa tentang Keuntungan yang didapat dari konsumen atau sekelompok konsumen, untuk mendukung <i>Marketing Strategy</i> .					
	Faktor kepuasan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen(Sebuah Strategi untuk mendukung <i>Marketing Strategy</i>)					
7.	Perusahaan saya puas didalam menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, untuk melakukan analisa tentang Penjualan yang didapat dari konsumen atau sekelompok konsumen, untuk mendukung <i>Marketing Strategy</i> .					
8.	Perusahaan saya puas didalam menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, untuk melakukan analisa tentang Pembiayaan yang didapatdari konsumen atau sekelompok konsumen, untuk mendukung <i>Marketing Strategy</i> .					
9.	Perusahaan saya puas didalam menggunakan Sistem					

	Informasi Akuntansi Manajemen, untuk melakukan analisa tentang Keuntungan yang didapat dari konsumen atau sekelompok konsumen, untuk mendukung <i>Marketing Strategy</i> .					
--	--	--	--	--	--	--

D.Pertanyaan Khusus II.

Bapak/Ibu dimohon memberi tanda silang (X) untuk tanggapan atas item-item di bawah ini
Ya, apabila anda menggunakan, dan Tidak apabila anda tidak menggunakan:

Keterangan:

T=Tidak

Y=Ya

No.	Keterangan	Y	T
	Faktor Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen untuk mendukung <i>Marketing Strategy</i>		
1.	Perusahaan saya menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen untuk, untuk melakukan analisa tentang Penjualan, Pembiayaan, dan Keuntungan yang didapat dari konsumen atau sekelompok konsumen, untuk mendukung <i>Marketing Strategy</i> .		
	Faktor Alokasi Biaya untuk Konsumen		
2.	Perusahaan saya menggunakan CPA untuk mengindikasikan biaya langsung(biaya yang selalu dicatat langsung ketika, produk yang bersangkutan dibuat) ,yang akan dialokasikan kepada konsumen.		
3.	Perusahaan saya menggunakan CPA untuk mengindikasikan biaya tidak langsung(biaya yang tidak dicatat langsung, ketika produk yang bersangkutan dibuat),yang akan dialokasikan kepada konsumen.		
4.	Perusahaan saya menggunakan CPA untuk mengindikasikan biaya garansi konsumen(biaya yang digunakan perusahaan untuk mengganti kerusakan produk yang telah dibeli oleh konsumen), yang akan dialokasikan kepada konsumen.		
	Pengadopsian CPA oleh Perusahaan		
5.	Perusahaan saya menggunakan Sistem Costumer Profitability Analysis(Sebuah Sistem yang digunakan untuk menentukan Konsumen mana yang paling menguntungkan Perusahaan, dan Konsumen mana yang kurang menguntungkan Perusahaan).		