

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL DISERTASI.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN DISERTASI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DISERTASI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>IKHTISAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	18
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	21
1.4 Tujuan Penelitian .....	22
1.5 Manfaat Penelitian .....	23
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	23
1.5.2 Manfaat Praktis .....	24
1.6 Orisinalitas .....	25
<b>BAB 2 TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>28</b>
2.1 Telaah Pustaka .....	28
2.1.1 Teori Asimetri Informasi.....	28
2.1.2 Teori <i>Signalling</i> .....	32
2.1.3 Kinerja Keuangan dan Informasi Laba .....	37
2.1.4 Kualitas Pelaporan Keuangan .....	41
2.1.5 <i>Disclosure</i> Akuntansi .....	43
2.1.6 Akuntansi Naratif .....	47

2.1.7 Komunikasi Akuntansi.....	52
2.1.8 Teori Manajemen Impresi .....	54
2.1.9 Respon Pasar .....	65
2.1.10 Model <i>Underpricing</i> .....	71
2.2 Penelitian Terdahulu .....	80
2.2.1 Penelitian Hubungan Kinerja Keuangan dan <i>Underpricing</i> .....	80
2.2.2 Penelitian Hubungan Kinerja Keuangan dan Manajemen Impresi .....	86
2.2.3 Penelitian Hubungan Manajemen Impresi dan <i>Underpricing</i> .....	88
2.2.4 Penelitian Manajemen Impresi Sebagai Pemediasi Hubungan Antara Kinerja Keuangan Dan <i>Underpricing</i> .....	92
2.3 Rerangka Konseptual .....	94
2.3.1 Model Teoritis Dasar.....	94
2.3.2 Model Empiris.....	101
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	105
2.4.1 Kinerja Keuangan dan <i>Underpricing</i> .....	105
2.4.2 Kinerja Keuangan dan Manajemen Impresi.....	107
2.4.3 Pengaruh Manajemen Impresi Terhadap <i>Underpricing</i> .....	109
2.4.4 Manajemen Impresi Sebagai Pemediasi Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap <i>Underpricing</i> .....	112
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>114</b>
3.1 Jenis dan Sumber Data.....	114
3.2 Populasi dan Sampel .....	115
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	118
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	119
3.4.1 Variabel Kinerja Keuangan .....	119
3.4.2 Variabel Manajemen Impresi .....	119
3.4.3 Variabel <i>Underpricing</i> .....	127
3.4.4 Variabel Kontrol.....	128
3.5 Teknik Analisis Data.....	129
3.5.1 Evaluasi Model PLS-SEM .....	131
3.5.2 Prosedur <i>Bootstrapping</i> Untuk Pengujian Hipotesis.....	135
3.5.3 Pengujian Efek Langsung (Hipotesis 1, 2, dan 3).....	136

3.5.4 Pengujian Efek Tidak Langsung atau Mediasi (Hipotesis 4).....	137
<b>BAB IV ANALISIS DATA.....</b>	<b>140</b>
4.1 Profil Sampel Penelitian .....	140
4.2 Statistik Deskriptif .....	142
4.2.1 Variabel <i>Underpricing</i> .....	142
4.2.2 Variabel Kinerja Keuangan.....	145
4.2.3 Variabel Manajemen Impresi.....	146
4.3 Hasil Analisis PLS-SEM Model UNPR .....	149
4.3.1 Hasil Analisis Spesifikasi Model UNPR.....	149
4.3.2 Hasil Evaluasi Model Pengukuran Formatif.....	150
4.3.3 Hasil Evaluasi Model Struktural .....	151
4.3.4 Hasil Pengujian Efek Langsung dan Tidak Langsung .....	153
4.3.5 Hasil Analisis Jenis Efek Mediasi.....	157
4.4 Analisis Tambahan.....	158
4.4.1 Analisis Efek Langsung Determinasi Kinerja Keuangan Terhadap <i>Underpricing</i> Ketika Variabel Manajemen Impresi Dikeluarkan.....	158
4.4.2 Analisis Efek Mediasi Terhadap Rerata Return AR+6 .....	159
4.4.3 Analisis Efek Mediasi Ketika Indikator <i>Tone</i> Positif Diganti dengan Intensitas <i>Tone</i> .....	160
4.4.4 Analisis Efek Mediasi Berdasarkan Subsampel Jenis Industri .....	162
4.4.5 Analisis Efek Mediasi Berdasarkan Subsampel Kualitas Auditor .....	163
<b>BAB 5 PEMBAHASAN DAN TEMUAN PENELITIAN.....</b>	<b>166</b>
5.1 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis .....	166
5.1.1 Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tingkat <i>Underpricing</i> .....	166
5.1.2 Perspektif Manajemen: Motif Melakukan Manajemen Impresi .....	169
5.1.3 Perspektif Investor: Respon Terhadap Manajemen Impresi .....	171
5.1.4 Analisis Efek Mediasi: Peran Manajemen Impresi dalam Memediasi Hubungan Kinerja Keuangan dan <i>Underpricing</i> .....	174

<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN .....</b>	<b>178</b>
6.1 Ringkasan Penelitian.....	178
6.2 Kesimpulan .....	181
6.3 Implikasi Penelitian .....	183
6.3.1 Implikasi Teoritis .....	184
6.3.2 Implikasi Praktis.....	188
6.4 Keterbatasan Penelitian.....	191
6.5 Agenda Penelitian .....	192

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**