

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	7
1.4. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II     TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. <i>Control Theory</i> .....	10
2.1.2. <i>Supervisor Power</i> .....	14
2.1.3. Pemeriksaan ( <i>auditing</i> ) dan Standar Pemeriksaan.....	16
2.1.4. Respon Auditor.....	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.3. Kerangka Pemikiran.....	22

2.4.	Pengembangan Hipotesis.....	24
2.4.1.	Pengaruh <i>Referent Power</i> terhadap <i>Performance Improvement</i> .....	26
2.4.2.	Pengaruh <i>Expert Power</i> terhadap <i>Performance Improvement</i> .....	26
2.4.3.	Pengaruh <i>Legitimate Power</i> terhadap <i>Performance Improvement</i> .....	27
2.4.4.	Pengaruh <i>Reward Power</i> terhadap <i>Performance Improvement</i> .....	27
2.4.5.	Pengaruh <i>Coercive Power</i> terhadap <i>Performance Improvement</i> .....	28
2.4.6.	Pengaruh <i>Referent Power</i> terhadap <i>Impression Management</i> .....	27
2.4.7.	Pengaruh <i>Expert Power</i> terhadap <i>Impression Management</i> .....	29
2.4.8.	Pengaruh <i>Legitimate Power</i> terhadap <i>Impression Management</i> .....	30
2.4.9.	Pengaruh <i>Reward Power</i> terhadap <i>Impression Management</i> .....	30
2.4.10.	Pengaruh <i>Coercive Power</i> terhadap <i>Impression Management</i> .....	31
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	32
3.1.1.	<i>Supervisor Power</i> .....	32
3.1.2.	Respon Auditor.....	33
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
3.3.	Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.5.	Metode Analisis Hipotesis.....	37

3.5.1.	Analisis Statistika Deskriptif.....	37
3.5.2.	<i>Path Analysis</i> dengan <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	38
3.5.2.1.	<i>Inner Model</i> atau Model Struktural.....	40
3.5.2.2.	<i>Outer Model</i> atau Model Pengukuran...	43
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN ANALISIS.....</b>	<b>45</b>
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	45
4.2.	Deskripsi Umum Responden.....	49
4.3.	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	50
4.3.1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	50
4.3.2.	<i>Outer Model</i> .....	54
4.3.2.1.	<i>Convergent Validity</i> .....	56
4.3.2.2.	<i>Discriminant Validity</i> .....	59
4.3.2.3.	<i>Composite Reliability</i> .....	60
4.3.3.	Model Struktural.....	62
4.3.4.	Pengujian Hipotesis.....	67
4.3.4.1.	Pengujian hipotesis yang berhubungan dengan <i>performance improvement</i> .....	67
4.3.4.2.	Pengujian hipotesis yang berhungan dengan <i>impression management</i> .....	70
4.3.5.	Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis.....	72
4.3.5.1.	Pengaruh positif <i>Referent Power</i> terhadap <i>Performance Improvement</i> .....	72
4.3.5.2.	Pengaruh positif <i>Expert Power</i> terhadap <i>Performance Improvement</i> .....	74
4.3.5.3.	Pengaruh positif <i>Legitimate Power</i> terhadap <i>Performance Improvement</i> .....	76
4.3.5.4.	Pengaruh positif <i>Reward Power</i> terhadap <i>Performance Improvement</i> .....	77
4.3.5.5.	Pengaruh negatif <i>Coercive Power</i>	

	terhadap <i>Performance Improvement</i> .....	78
4.3.5.6.	Pengaruh positif <i>Referent Power</i> terhadap <i>Impression Management</i> .....	79
4.3.5.7.	Pengaruh positif <i>Expert Power</i> terhadap <i>Impression Management</i> .....	79
4.3.5.8.	Pengaruh positif <i>Legitimate Power</i> terhadap <i>Impression Management</i> .....	81
4.3.5.9.	Pengaruh positif <i>Reward Power</i> terhadap <i>Impression Management</i> .....	82
4.3.5.10.	Pengaruh negatif <i>Coercive Power</i> terhadap <i>Impression Management</i> .....	83
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	<b>85</b>
5.1.	Simpulan.....	85
5.2.	Implikasi.....	87
5.3.	Keterbatasan.....	87
5.4.	Saran.....	88
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>89</b>
	<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b> .....	<b>91</b>