

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	14
1.4 Sistematika Penulisan.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	17
2.1 Landasan Teori .....	17
2.1.1 Teori Agensi.....	17
2.1.2 Opini Audit .....	19
2.1.3 Opini Audit <i>Going Concern</i> .....	24
2.1.4 Prosedur Audit Laporan Keuangan Perusahaan.....	28
2.1.5 Kondisi Keuangan ( <i>Revised Altman Z Score</i> ).....	29
2.1.6 <i>Debt Default</i> .....	34
2.1.7 Pertumbuhan Perusahaan ( <i>Company's Growth</i> ).....	35
2.1.8 <i>Auditor Client Tenure</i> .....	36
2.1.9 <i>Opinion Shopping</i> .....	37

2.1.10	<i>Audit Lag</i> .....	38
2.1.11	<i>Disclosure</i> .....	39
2.2	Penelitian Terdahulu.....	41
2.3	Kerangka Pemikiran .....	45
2.4	Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	46
2.4.1	Pengaruh kondisi keuangan terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i> .....	46
2.4.2	Pengaruh <i>debt default</i> terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i> .....	47
2.4.3	Pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i> .....	48
2.4.4	Pengaruh <i>auditor client tenure</i> terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i> .....	49
2.4.5	Pengaruh <i>opinion shopping</i> terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i> .....	50
2.4.6	Pengaruh <i>audit lag</i> terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i> .....	51
2.4.7	Pengaruh <i>disclosure</i> terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i> .....	52
2.5	Kerangka Model Penelitian .....	53
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....		54
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	54
3.1.1	Variabel Penelitian .....	54
3.1.2	Definisi Operasional.....	54
3.1.2.1	Opini Audit <i>Going Concern</i> (OGC).....	54
3.1.2.2	Kondisi Keuangan (FINDIST).....	55
3.1.2.3	<i>Debt Default</i> (DEFAULT) .....	57
3.1.2.4	Pertumbuhan Perusahaan (GROWTH).....	57
3.1.2.5	<i>Auditor Client Tenure</i> (TENURE).....	58
3.1.2.6	<i>Opinion Shopping</i> (OS).....	58
3.1.2.7	<i>Audit Lag</i> (ALAG).....	58

3.1.2.8 <i>Disclosure</i> (DISC).....	59
3.2 Populasi dan Sampel.....	60
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	61
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	61
3.5 Metode Analisis.....	62
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	62
3.5.2 Analisis Regresi Logistik .....	62
3.5.2.1 Uji Kelayakan Model Regresi.....	63
3.5.2.2 Menilai Model Fit ( <i>Overall Model Fit Test</i> ) .....	64
3.5.2.3 Koefisien Determinasi ( <i>Nagelkerke R Square</i> ) .....	64
3.5.4 Pengujian Hipotesis.....	65
<b>BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	66
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....	67
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	67
4.2.1 Opini <i>Going Concern</i> .....	67
4.2.2 Statistik Deskriptif .....	67
4.2.2.1 Kondisi keuangan-Altman Revised.....	68
4.2.2.2 Pertumbuhan Penjualan ( <i>Company Growth</i> ).....	69
4.2.2.3 <i>Auditor Client Tenure</i> .....	70
4.2.2.4 <i>Audit Lag</i> .....	71
4.2.2.5 Tingkat Pengungkapan ( <i>Disclosure</i> ).....	71
4.2.3 <i>Debt Default</i> .....	72
4.2.4 <i>Opinion Shopping</i> .....	74
4.3 Hasil Analisis.....	75
4.3.1 Pengujian Kelayakan Model ( <i>Model Fit</i> ).....	75
4.3.2 Pengujian Keseluruhan Model ( <i>Overall Model Fit</i> ) .....	75
4.3.3 Koefisien Determinasi.....	76
4.3.4 Matrik Klasifikasi .....	77
4.3.5 Pengujian Koefisien Regresi.....	78
4.4 Intepretasi Hasil.....	81

4.4.1 Pengaruh Kondisi Keuangan (Altman) terhadap Penerimaan Opini Audit <i>Going Concern</i> (OGC).....	82
4.4.2 Pengaruh <i>Debt Default</i> terhadap Penerimaan Opini Audit <i>Going Concern</i> (OGC).....	83
4.4.3 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Penerimaan Opini Audit <i>Going Concern</i> (OGC).....	85
4.4.4 Pengaruh <i>Auditor Client Tenure</i> terhadap Penerimaan Opini Audit <i>Going Concern</i> (OGC).....	86
4.4.5 Pengaruh <i>Opinion Shopping</i> terhadap Penerimaan Opini Audit <i>Going Concern</i> (OGC).....	87
4.4.6 Pengaruh <i>Audit Lag</i> terhadap Penerimaan Opini Audit <i>Going Concern</i> (OGC).....	88
4.4.7 Pengaruh <i>Disclosure</i> terhadap Penerimaan Opini Audit <i>Going Concern</i> (OGC).....	89
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	92
5.3 Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	94
<b>LAMPIRAN</b> .....	98