

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12

2.1.1 Teori Agensi	12
2.1.2 Opini Audit	13
2.1.3 <i>Going Concern</i>	17
2.1.4 Opini Audit <i>Going Concern</i>	18
2.1.5 <i>Debt Default</i>	20
2.1.6 Kualitas Audit	21
2.1.7 <i>Opinion Shopping</i>	23
2.1.8 Kepemilikan Perusahaan	24
2.1.8.1 Kepemilikan Manajerial	24
2.1.8.2 Kepemilikan Institusional	25
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran	30
2.4 Pengembangan Hipotesis	32
2.4.1 Pengaruh <i>debt default</i> terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i>	32
2.4.2 Pengaruh kualitas audit terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i>	33
2.4.3 Pengaruh <i>opinion shopping</i> terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i>	34
2.4.4 Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i>	35

2.4.5 Pengaruh kepemilikan institusional terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i>	35
Bab III Metode Penelitian	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.1.1 Variabel Penelitian	37
3.1.2 Definisi Operasional	38
3.2 Populasi dan Sampel	42
3.3 Jenis dan Sumber Data	43
3.4 Metode Pengumpulan Data	43
3.5 Metode Analisis Data	44
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	44
3.5.2 Analisis Statistik Inferensial	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	49
4.2 Analisis Data	50
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif	50
4.2.2 Uji Hipotesis	56
4.2.2.1 Menguji Kelayakan Model Regresi	56
4.2.2.2 Menilai Keseluruhan Model (overall model fit test)	57
4.2.2.3 Koefisien Determinasi	59
4.2.3 Pengujian Hipotesis	60

4.3 Intepretasi Hasil	63
4.3.1`Pengaruh <i>debt default</i> terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i>	63
4.3.2 Pengaruh kualitas audit terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i>	64
4.3.3 Pengaruh <i>opinion shopping</i> terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i>	65
4.3.4 Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i>	65
4.3.5 Pengaruh kepemilikan institusional terhadap penerimaan opini audit <i>going concern</i>	66
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Keterbatasan	68
5.3 Saran dan Implikasi Penelitian Selanjutnya	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN