

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
INTISARI	x
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	xiii
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxvii
DAFTAR SINGKATAN.....	xxviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	19
1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	22
1.4. Keaslian Ide Penelitian	25
BAB II. TELAHAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....	28
2.1. <i>Goal Setting Theory</i> sebagai <i>Grand Theory</i>	28
2.2. Teori Pendukung	31
2.2.1. <i>Control theory</i>	31
2.2.2. <i>Motivational language theory</i>	41

2.2.3. <i>Heuristic-systematic model (HSM)</i>	44
2.3. Bentuk Komunikasi	46
2.4. <i>Supervisor Power</i>	50
2.5. Pengalaman	53
2.6. Respon Auditor	55
2.6.1. <i>Performance improvement</i>	57
2.6.2. <i>Impression management</i>	58
2.7. Diskusi berbentuk <i>Face to Face Review – Performance Improvement</i>	60
2.8. Diskusi berbentuk <i>Face to Face Review - Impression Management</i>	62
2.9. Pengalaman - Diskusi berbentuk <i>Face to Face Review - Performance Improvement dan Impression Management</i>	63
2.10. Berbagai Tipe <i>Supervisor Power</i> Memoderasi Diskusi berbentuk <i>Face to Face Review - Performance Improvement dan Impression Management</i>	65
2.11. Penelitian Terdahulu	69
2.11.1. Proses <i>review</i>	69
2.11.2. <i>Supervisor power</i>	78
2.11.3. Pengalaman	83
2.11.4. <i>Performance improvement dan impression management</i>	87
2.12. Kerangka Pemikiran	95
2.12.1. Kerangka pemikiran teoritis.....	95
2.12.2. Kerangka pemikiran empiris.....	97
2.13. Hipotesis	101
2.13.1. Diskusi berbentuk <i>face to face review-performance Improvement</i>	101
2.13.2. Diskusi berbentuk <i>face to face review- impression Management</i>	102

2.13.3. Pengalaman (tinggi-rendah) - diskusi berbentuk <i>face-to-face review- performance improvement, impression management</i>	104
2.13.4. Tipe <i>supervisor power</i> memoderasi diskusi berbentuk <i>face to face review - performance improvement, impression management</i>	106
BAB III. METODE PENELITIAN	113
3.1. Populasi dan Sampel	113
3.2. Pengumpulan Data	114
3.3. Definisi Operasional dan Ukuran Variabel	116
3.4. Alat Analisis	119
3.5. Hasil Uji Pilot Tes	123
BAB IV. ANALISIS DATA	127
4.1. Gambaran Umum Responden	127
4.2. Statistik Deskriptif	128
4.3. Uji Kualitas Data	133
4.3.1. Uji <i>outer model (convergent validity)</i>	133
4.3.2. Uji <i>outer model (discriminant validity)</i>	142
4.3.3. Uji <i>outer model</i> (reliabilitas)	152
4.4. Uji <i>Inner model</i> (Pengujian Hipotesis)	153
4.4.1. Diskusi – <i>performance improvement</i>	153
4.4.2. Diskusi – <i>impression management</i>	154
4.4.3. Pengalaman (tinggi-rendah)- diskusi-PI.....	154
4.4.4. Pengalaman (tinggi-rendah)-diskusi-IM.....	156
4.4.5. <i>Referent power</i> memoderasi diskusi-PI	157
4.4.6. <i>Expert power</i> memoderasi diskusi-PI	159
4.4.7. <i>Legitimate power</i> memoderasi diskusi-PI.....	160

4.4.8. <i>Reward power</i> memoderasi diskusi-PI.....	161
4.4.9. <i>Coercive power</i> memoderasi diskusi-PI.....	162
4.4.10. <i>Referent power</i> memoderasi diskusi-IM.....	164
4.4.11. <i>Expert power</i> memoderasi diskusi-IM.....	165
4.4.12. <i>Legitimate power</i> memoderasi diskusi-IM.....	166
4.4.13. <i>Reward power</i> memoderasi diskusi-IM.....	167
4.4.14. <i>Coercive power</i> memoderasi diskusi-IM.....	169
BAB V PEMBAHASAN DAN TEMUAN PENELITIAN	171
5.1. Diskusi berbentuk <i>face to face review</i> berpengaruh positif terhadap <i>performance improvement</i>	172
5.2. Diskusi berbentuk <i>face to face review</i> berpengaruh positif terhadap <i>impression management</i>	175
5.3. Pengalaman (tinggi-rendah)-diskusi berbentuk <i>face to face review</i> Terhadap <i>performance improvement</i>	177
5.4. Pengalaman (tinggi-rendah)- diskusi berbentuk <i>face to face review</i> Terhadap <i>impression management</i>	180
5.5. Berbagai tipe <i>supervisor power</i> memoderasi diskusi berbentuk <i>face to face review</i> terhadap <i>performance improvement</i>	181
5.5.1. <i>Referent power</i>	181
5.5.2. <i>Expert power</i>	184
5.5.3. <i>Legitimate power</i>	186
5.5.4. <i>Reward power</i>	189
5.5.5. <i>Coercive power</i>	191
5.6. Berbagai tipe <i>supervisor power</i> memoderasi diskusi berbentuk <i>face to face review</i> terhadap <i>impression management</i>	194
5.6.1. <i>Referent power</i>	194
5.6.2. <i>Expert power</i>	195
5.6.3. <i>Legitimate power</i>	197

5.6.4. <i>Reward power</i>	199
5.6.5. <i>Coercive power</i>	201
5.7. Temuan Penelitian	202
5.7.1. Diskusi <i>face-to-face - performance improvement</i> dan <i>Impression management</i>	202
5.7.2. Pengalaman (tinggi-rendah) – diskusi <i>face-to-face</i> dengan <i>Performance improvement</i> dan <i>impression management</i>	203
5.7.3. <i>Referent power</i> memoderasi diskusi <i>face-to-face</i> dengan <i>Performance improvement</i> dan <i>impression management</i>	205
5.7.4. <i>Expert power</i> memoderasi diskusi <i>face-to-face</i> terhadap <i>Performance improvement</i> dan <i>impression management</i>	206
5.7.5. <i>Legitimate power</i> memoderasi diskusi <i>face-to-face</i> dengan <i>Performance improvement</i> dan <i>impression management</i>	207
5.7.6. <i>Reward power</i> memoderasi diskusi <i>face-to-face</i> dengan <i>Performance improvement</i> dan <i>impression management</i>	208
5.7.7. <i>Coercive power</i> memoderasi diskusi <i>face-to-face</i> dengan <i>Performance improvement</i> dan <i>impression management</i>	209
BAB VI KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN DAN SARAN	212
6.1. Kesimpulan	212
6.2. Implikasi Penelitian	215
6.3. Keterbatasan dan Saran	217
DAFTAR PUSTAKA	219