

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DISERTASI.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN DISERTASI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DISERTASI	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
IKHTISAR.....	vii
SUMMARY	x
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
 BAB 1 PENDAHULUAN	 1
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
 BAB 2 TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 28
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
BAB III METODE PENELITIAN	114
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
BAB IV ANALISIS DATA.....	140
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
BAB 5 PEMBAHASAN DAN TEMUAN PENELITIAN.....	166
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

BAB 6 KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN	178
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

