



## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KARYA TULIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Sistematika Penelitian .....	11
<b>BAB II : TINJAUAN LITERATUR &amp; PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...</b>	<b>13</b>
2.1 Penganggaran Partisipatif.....	13
2.2 Kesenjangan Anggaran.....	15
2.3 <i>Agency Theory</i> .....	17
2.4 Pendekatan <i>Contingency Theory</i> .....	18
2.5 Asimetri Informasi.....	19
2.6 Dimensi Etika.....	21
2.7 Budaya Organisasi.....	24
2.8 Perspektif Gender.....	27
2.9 Penelitian Terdahulu.....	33
2.10 Model Penelitian.....	35



2.11. Pengembangan Hipotesis .....	38
2.11.1. Penganggaran Partisipatif dan Asimetri Informasi.....	38
2.11.2. Asimetri Informasi, <i>Incentive to Creat Slack</i> , dan <i>Slack Creation</i> .....	39
2.11.3. Posisi Etika ( <i>Relatifism</i> dan <i>Idealism</i> ) dan <i>Slack Creation</i> .....	40
2.11.4. Dimensi Etika dan <i>Slack Creation</i> .....	41
2.11.5. Budaya Organisasi dan <i>Slack Creation</i> .....	42
2.11.5.Perspektif Gender dan <i>Slack Creation</i> .....	43
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Pengembangan Pengukuran .....	44
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian .....	47
3.3. Desain Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4. Definisi Operasional .....	49
3.4.1. <i>Information Asymmetry</i> .....	49
3.4.2. <i>Incentive to Creat Slack (ICS)</i> .....	50
3.4.3. Posisi Etika ( <i>Ethical Position</i> ).....	50
3.4.4. Budaya Organisasi.....	51
3.4.5. Perspektif Gender.....	51
3.5. Pengujian Instrumen .....	66
3.5.1. Uji Validitas.....	67
3.5.2. Uji Reliabilitas .....	68
3.6. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	69
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>72</b>
4.1 Hasil Evaluasi Uji Coba Instrumen Penelitian.....	72
4.1.1. <i>Pre-Test</i> .....	73
4.1.2. <i>Pilot Test</i> .....	73
4.2. Deskriptif Hasil Penelitian.....	75
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ( <i>Gender</i> ).....	78
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	79
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Pendidikan Terakhir.....	80



4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi Yang Sekarang Masih tempuh.....	81
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini.....	82
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis atau Bidang Industri.....	83
4.2.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Dalam Pekerjaan.....	84
4.3. Statistik Deskriptif.....	85
4.4. Uji Kualitas Data.....	86
4.4.1. Uji Validitas.....	86
4.4.1.1. Validitas Konvergen ( <i>Convergent Validity</i> ).....	86
4.4.1.2. Validitas Diskriminan.....	91
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	92
4.4.3. Model Structural <i>Second Order Construct (Inner Model)</i> .....	93
4.4.3.1. <i>Outer Model Second Order Construct</i> .....	94
4.4.3.2. <i>Fit Model/Goodness of fit model</i> .....	97
4.5. Pengujian Hipotesis.....	100
4.5.1. Penganggaran Partisipatif (BP) dan Asimetri Informasi (IA).....	100
4.5.2. Asimetri informasi (IA), <i>Incentive to Creat Slack (ICS)</i> , dan <i>Slack Creation (SC)</i> .....	101
4.5.3. Posisi Etika ( <i>relativism and idealism</i> ) dan <i>Slack Creation (SC)</i> .....	103
4.5.4. Dimensi Etika (EP) dan <i>Slack Creation (SC)</i> .....	105
4.5.5. Budaya Organisasi (OC) dan <i>Slack Creation (SC)</i> .....	106
4.5.6. Perspektif Gender (PG) dan <i>Slack Creation (SC)</i> .....	107
<b>BAB V : KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN, DAN SARAN.....</b>	<b>110</b>
5.1. Kesimpulan.....	110
5.2. Implikasi.....	116
5.3. Keterbatasan.....	117
5.4. Saran.....	117
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>119</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>126</b>