

Media MAHARDHIKA

MEDIA KOMUNIKASI EKONOMI dan MANAJEMEN

**MANAGERIAL OWNERSHIP, FREE CASH FLOW DAN
GROWTH OPPORTUNITY TERHADAP KEBIJAKAN UTANG**
Imam Syafi'i

**DAMPAK KESESUAIAN PERSEPSI KLIEN TERHADAP
JASA PELAYANAN KONSULTAN PAJAK PENGARUHNYA
TERHADAP KINERJA KONSULTAN PAJAK**
Hardi Supeno

**DINAMIKA KOPERASI INDONESIA MEMPERTAHANKAN JATI DIRI
DIDALAM PERSAINGAN ERA GLOBAL**
Murpin Josua Sembiring

**ETIKA, TANGGUNG JAWAB SOSIAL, GENDER, ISLAM :
KESEIMBANGAN DI INDONESIA**
Bambang Karnain

**PENGARUH KOMPENSASI PADA VARIABEL GAJI BULANAN, INTENSIF
PRODUKSI, FASILITAS KARYAWAN SERTA
TAMBAHAN PENGHASILAN TERHADAP MOTIVASI KERJA**
Teguh Herdijanto

**PENGARUH VARIABEL MOTIVASI DIRI, KEPEMIMPINAN, DAN
PENGALAMAN TERHADAP KINERJA GURU
DI SMA NEGERI 2 KABUPATEN TRENGGALEK**
Agung Dwi N

**PERSEPSI MAHASISWA AKUNTANSI TERHADAP FAKTOR-FAKTOR
PEMILIHAN KARIER AKUNTAN PUBLIK.**
Eva Wany, SE.M.Ak

Diterbitkan Oleh :
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika

Media MAHARDHIKA

MEDIA KOMUNIKASI EKONOMI dan MANAJEMEN

Media MAHARDHIKA merupakan media komunikasi ekonomi dan manajemen bagi kalangan praktisi dan akademisi melalui publikasi artikel ilmiah hasil penelitian maupun yang bersifat konseptual. Media ini diterbitkan pertama kali bulan Agustus Tahun 1001, dan terbit setiap empat bulan

Penasehat

Andri Radiany, B.Ft., SE., MM

Penanggung Jawab

Prof. Dr. H. Murdjianto Purbangkoro, SE., SU

Pemimpin Umum

Prof. Dr. Ir.H. Irlan Soejono, MSc

Pemimpin Redaksi

Wulandari Harjanti S.Sos., SE., MM

Dewan Redaksi

Dr. Sundjoto

Asmirin Noor, SE., MM

Maya Ida Kesumawatie, S.Kom., MM

Titie Prasetya R. S.Kom

Staf Administrasi & Sirkulasi

Pierre Patariato, SE

Nicolaus Hamydjaya, Amd

Staf Keuangan

Sri Rahayu, SE., MM

Alamat Redaksi/Penerbit

Jl. Raya Juanda No.1 Kav.B-1 & B-7 Sidoarjo
Telp. (031) 8550077, 855001010 Fax. (031) 8553355

Penerbit

STIE MAHARDHIKA Press

Media MAHARDHIKA

MEDIA KOMUNIKASI EKONOMI dan MANAJEMEN

DAFTAR ISI

Imam Syafi'i

**MANAGERIAL OWNERSHIP, FREE CASH FLOW DAN
GROWTH OPPORTUNITY TERHADAP KEBIJAKAN UTANG..... 1- 21**

Hardi Supeno

**DAMPAK KESESUAIAN PERSEPSI KLIEN TERHADAP
JASA PELAYANAN KONSULTAN PAJAK PENGARUHNYA
TERHADAP KINERJA KONSULTAN PAJAK..... 22-40**

Murpin Josua Sembiring

**DINAMIKA KOPERASI INDONESIA MEMPERTAHANKAN JATI DIRI
DIDALAM PERSAINGAN ERA GLOBAL..... 41 - 54**

Bambang Karnain

**ETIKA, TANGGUNG JAWAB SOSIAL, GENDER, ISLAM :
KESEIMBANGAN DI INDONESIA..... 55-73**

Teguh Herdijanto

**PENGARUH KOMPENSASI PADA VARIABEL GAJI BULANAN,
INTENSIF PRODUKSI, FASILITAS KARYAWAN SERTA
TAMBAHAN PENGHASILAN TERHADAP MOTIVASI KERJA..... 74- 97**

Agung Dwi N

**PENGARUH VARIABEL MOTIVASI DIRI, KEPEMIMPINAN, DAN
PENGALAMAN TERHADAP KINERJA GURU
DI SMA NEGERI 2 KABUPATEN TRENGGALEK..... 98-123**

Eva Wany, SE.M.Ak

**PERSEPSI MAHASISWA AKUNTANSI TERHADAP FAKTOR-FAKTOR
PEMILIHAN KARIER AKUNTAN PUBLIK.....124-155**

Media MAHARDHIKA

MEDIA KOMUNIKASI EKONOMI dan MANAJEMEN

KEBIJAKAN EDITORIAL DAN PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL

KEBIJAKAN EDITORIAL

Media Mahardhika diterbitkan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya secara berkala setiap empat bulan sebagai sarana untuk menyebarkan hasil penelitian, pengkajian dan pengembangan bidang ekonomi dan manajemen. Artikel yang dipublikasikan dalam Media Mahardhika dapat berupa artikel penelitian maupun artikel konseptual.

Media Mahardhika menerima kiriman artikel yang ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris. Penulis harus menyatakan bahwa artikel yang dikirim ke Media Mahardhika tidak dikirim atau telah dipublikasikan pada media cetak yang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Penulis wajib melampirkan instrumen riset yang dilakukannya (kuesioner, kasus, hasil wawancara, dan lain sebagainya).

Semua artikel yang diterima akan diseleksi melalui proses tanpa identitas penulis oleh para editor Media Mahardhika, dengan mempertimbangkan antara lain : terpenuhinya persyaratan pedoman penulisan artikel, orisinalitas, dan signifikansi hasil penelitian bagi pengembangan ilmu.

PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL

1. Sistematika penulisan dalam artikel sekurang-kurangnya terdiri dari atas bagian-bagian: Abstrak, Pendahuluan, Kerangka Teoritis, Hipotesis, Metode Penelitian, Analisis Data, Pembahasan dan Kesimpulan, Implikasi dan Keterbatasan, serta Daftar Pustaka.
2. Identitas penulis (nama, alamat, e-mail, dan bidang kajian dari artikel serta curriculum vitae penulis, termasuk pendidikan terakhir, pekerjaan, dan asal lembaga) harus dicantumkan pada lembar terpisah dari artikel.
3. Artikel diketik dengan spasi 1.5 di atas kertas ukuran 11 cm x 110,7 cm (A4) (margin atas 3 cm dan bawah 4 cm, margin kiri 4 cm dan kanan 3 cm) sebanyak satu eksemplar dan pada disket menggunakan komputer IBM PC atau kompatibel, memakai program pengolahan kata Microsoft Word (MS WORD) dengan huruf Courier atau Times New Roman, ukuran huruf (font size) 11. Panjang artikel berkisar antara 15 – 15 halaman.
4. Abstrak terdiri dari 150 – 400 kata dan dapat disajikan dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris, dan menggunakan sedikitnya tiga kata kunci.
5. Tabel dan gambar dapat disajikan pada halaman terpisah (pada bagian akhir tulisan). Setiap tabel/gambar sebaiknya diberi nomor urut dengan angka arab, judul tabel/gambar, dan sumber kutipan.
6. Kutipan ditulis dengan menyebut nama akhir penulis serta tahun dalam tanda kurung. Nomor halaman dapat dicantumkan jika dipandang perlu.
Contoh:
 - Satu sumber kutipan dengan satu penulis : (Kotler, 1004). Jika disertai nomor halaman : (Kotler, 1004:1010).
 - Satu sumber kutipan dengan dua penulis : (Mowen dan Minor, 1003). Satu sumber kutipan dengan lebih dari dua penulis : (Engel et al., 110105).

- Dua sumber kutipan dengan penulis yang berbeda : (Aaker, 110101 ; Keller, 1003).
 - Dua sumber kutipan dengan penulis yang sama (Aaker, 110101;110106), dan jika tahun publikasi sama : Radiany, 1005a;1005b).
 - Sumber kutipan yang berasal dari institusi, sebaiknya menyebutkan akronim institusi tersebut: (BPS, 1000).
7. Daftar Pustaka disajikan mengikuti tatacara seperti contoh berikut dan diurutkan secara alfabet:
- Aaker, David. A. 110106. *Building Strong Brand*. The Free Press, Simon & Schuster Inc., New York: United States of America.
- Kotler, Philip, 1000. *Marketing Management*, 10th ed., Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey: United States of America.
8. Tata cara penulisan artikel memperhatikan aturan tentang penggunaan tanda baca dan ejaan yang dimuat dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan.