

The Effect of Company Size, Audit Market Concentration, and Client Importance on Audit Quality

By Reza Armanda Ramadhan

Abstract

This research is a quantitative study aimed to examine the effect of company size, audit market concentration, and client importance on audit quality. The population in this study are financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2020. The sample in this study obtained 95 financial companies which were selected using the purposive sampling method. In this study, audit quality is measured by earning surprise benchmark, company size measured by Ln total asset method, audit market concentration measured by number of clients Big 4 audit firms, and client importance is measured by Ln total asset method divided by total assets in Ln of client audited by an audit firm. Hypothesis testing in this study used Logistics Regression Analysis using SPSS analysis tool with a significant level of 5%. The result of hypothesis testing showed that (1) company size have a significant positive effect on audit quality, (2) audit market concentration have a significant negative effect on audit quality, (3) client importance have no effect on audit quality.

Keywords: *Company Size, Audit Market Concentration, Client Importance, Audit Quality*

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Konsentrasi Pasar Audit, dan *Client Importance* Terhadap Kualitas Audit

Oleh Reza Armanda Ramadhan

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, konsentrasi pasar audit, dan *client importance* terhadap kualitas audit. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Sampel yang diperoleh dalam penelitian ini berjumlah 95 perusahaan keuangan yang dipilih dengan menggunakan *purposive sampling*. Dalam penelitian ini, kualitas audit diukur dengan *earning surprise benchmark*, ukuran perusahaan diukur dengan Ln total aset, konsentrasi pasar audit diukur dengan jumlah klien yang diaudit oleh KAP *Big 4*, dan *client importance* diukur dengan Ln total aset dibagi dengan jumlah total aset dalam Ln yang diaudit oleh suatu KAP. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Logistik dengan program SPSS dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa (1) ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kualitas audit, (2) konsentrasi pasar audit memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap kualitas audit, (3) *client importance* tidak berpengaruh terhadap kualitas audit.

Kata kunci: Ukuran Perusahaan, Konsentrasi Pasar Audit, *Client Importance*, Kualitas Audit