

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *islamic social reporting*, *profitabilitas*, *leverage* terhadap *earning response coefficient*, baik secara simultan maupun secara parsial pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode 2012-2015. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 17 perusahaan yang ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan pada variabel pengungkapan *islamic social reporting*, *profitabilitas*, dan *leverage* terhadap *earning response coefficient*. Secara parsial variabel pengungkapan *islamic social reporting* dan *profitabilitas* yang diprosikan oleh ROA memiliki pengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient*, sedangkan variabel *leverage* yang diprosikan oleh DAR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *earning response coefficient*.

Kata Kunci : *islamic social reporting*, *profitabilitas*, *leverage* terhadap *earning response coefficient*