

## ABSTRAK

*Earnings Response Coefficient* (ERC) merupakan reaksi *return* saham terhadap setiap pengumuman laba atau laba kejutan. ERC digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat *abnormal return* terhadap pengumuman laba di suatu perusahaan. Laba yang diperoleh suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap harga saham. Perusahaan yang mengalami peningkatan laba akan mengalami peningkatan harga saham, sebaliknya ketika perusahaan mengalami penurunan laba maka harga saham akan menurun.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *islamic social reporting*, persistensi laba, dan struktur modal terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2014-2019. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 36 sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Data pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan regresi data panel dengan menggunakan *Eviews 10*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *islamic social reporting*, persistensi laba, dan struktur modal berpengaruh secara simultan terhadap *earnings response coefficient*. *Islamic social reporting* secara parsial berpengaruh negatif terhadap *earnings response coefficient*. Persistensi laba dan struktur modal secara parsial tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Kata Kunci: *Earnings response coefficient*, *Islamic social reporting*, persistensi laba, dan struktur modal.