

**ANALISIS PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, TIMELINESS,
DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP EARNINGS
RESPONSE COEFFICIENT PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA PERIODE 2012-2014**

Diah Mulianti

Universitas Negeri Medan

Drs. Jihen Ginting, M.Si, Ak, CA

Universitas Negeri Medan

ABSTRACT

This research problems are what Firm Size, Profitability, Timeliness, and Capital Structure has the effect of partial and simultaneous to Earnings Response Coefficient. The purpose of this study was to determine whether the effect of Firm Size, Profitability, Timeliness, and Capital Structure to Earnings Response Coefficient in manufacturing companies are listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI).

Population in this research are manufacturing companies in Indonesia Stock Exchange period 2012-2014. Of the 143 companies listed, selected 74 companies using purposive sampling. The data used in this research is secondary data which is obtained by collecting the information needed by way of downloading data from websites Indonesia Stock Exchange (www.idx.co.id) and World Investment (www.duniainvestasi.com). Analysis technique used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS 19.0.

The research result show that Firm Size do not give the significant effect to Earnings Response Coefficient with significant value $0,127 > \alpha (0,05)$ atau $T_{count} |1,538| < T_{table} |1,981|$. Profitability give the significant effect to Earnings Response Coefficient with significant value $0,000 < \alpha (0,05)$ atau $T_{count} |4,260| > T_{table} |1,981|$. Timeliness do not give the significant effect to Earnings Response Coefficient with significant value $0,054 > \alpha (0,05)$ atau $T_{count} |1,950| < T_{table} |1,981|$. Capital Structure give the significant effect to Earnings Response Coefficient with significant value $0,001 < \alpha (0,05)$ atau $T_{count} |3,556| > T_{table} |1,981|$. And the variable Firm Size, Profitability, Timeliness, and Capital Structure give the effect simultaneous to Earnings Response Coefficient. It can be seen from the significant value $0,000 < \alpha (0,05)$ or $F_{count} (7,384)$

> $F_{table} (2,451)$. *The conclusion of this research is Firm Size, Profitability, Timeliness, and Capital Structure give the significant effect simultaneous to Earnings Response Coefficient. But, partially only the Profitability and Capital Structure a significant effect to Earnings Response Coefficient. While Firm Size and Timeliness no significant effect to Earnings Response Coefficient.*

Keywords: Firm Size, Profitability, Timeliness, Capital Structure, Earnings Response Coefficient (ERC)

1. Pendahuluan

Dalam pengambilan keputusan investasi dipasar modal, investor mempertimbangkan banyak hal dan membutuhkan informasi. Dampak dari gejolak ekonomi global yang berimbas pada perekonomian Indonesia turut mempengaruhi dunia pasar modal. Berbagai kondisi yang terjadi diperekonomian Indonesia akan terus semakin memicu perusahaan yang *listing* untuk tetap menjaga kelangsungan usaha dan meningkatkan labanya, serta memicu investor untuk lebih selektif dalam berinvestasi.

Dalam praktiknya, salah satu unsur dalam laporan keuangan yang dinantikan informasinya oleh investor dalam pengambilan keputusan adalah laporan laba rugi, dimana laporan ini memberikan informasi mengenai laba yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode. Informasi laba merupakan hal yang menjadi perhatian oleh investor karena informasi laba dapat digunakan untuk melakukan penilaian kinerja perusahaan selama satu periode tertentu, dapat meramalkan kelangsungan hidup perusahaan, serta dapat berpengaruh terhadap besarnya return saham. Umumnya dalam mengetahui kualitas informasi laba yang baik dapat diukur dengan menggunakan *earnings response coefficient* (ERC), yang merupakan bentuk pengukuran kandungan informasi dalam laba. Apakah informasi laba telah mencerminkan keadaan yang sebenarnya sehingga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan. Rendahnya *earnings response coefficient* menunjukkan laba kurang informatif bagi investor untuk membuat keputusan ekonomi. Semakin tinggi *earnings response coefficient* maka semakin bagus karena menunjukkan informasi laba yang berkualitas dengan tingginya respon investor terhadap pengumuman laba. *Earnings response coefficient* adalah besaran yang menunjukkan kekuatan hubungan antara return saham dan laba perusahaan.

Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, sehingga investor akan menggunakan ukuran perusahaan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. Dengan semakin besar ukuran perusahaan maka ada

kecenderungan lebih banyak investor menaruh perhatian pada perusahaan tersebut, sebab perusahaan yang besar diprediksi relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba. Semakin banyak informasi tersedia mengenai aktivitas perusahaan, semakin mudah bagi pasar untuk menginterpretasikan informasi dalam laporan keuangan dan juga akan memberikan kepercayaan yang lebih terhadap perusahaan tersebut. Maka dari itu, ukuran perusahaan memiliki keterkaitan terhadap *earnings response coefficient*.

Profitabilitas berkaitan dengan reaksi pasar atas laba perusahaan. Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas sangat penting diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang akan dilakukan investor mampu memberikan return yang sesuai. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi juga mempunyai *earnings response coefficient* yang besar dibandingkan dengan perusahaan dengan profitabilitas rendah.

Ketepatan waktu (*Timeliness*) penyampaian laporan keuangan merupakan faktor penting dalam menyajikan informasi yang relevan. Laporan keuangan sebagai informasi akan bermanfaat apabila informasi yang dikandungnya disampaikan tepat waktu bagi pembuat keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kemampuannya dalam mempengaruhi pengambilan keputusan. Hambatan dalam ketepatanwaktuan penyampaian laporan keuangan tentunya dapat mempengaruhi respon pasar terhadap laporan keuangan yang disajikan. Dimana, para investor mungkin menanggapi keterlambatan tersebut sebagai sinyal buruk bagi perusahaan. Maka dari itu, *timeliness* memiliki kaitannya dengan *earnings response coefficient*.

Struktur modal diprosikan dengan leverage. Struktur modal menunjukkan proporsi atas penggunaan hutang untuk membiayai investasinya, sehingga dengan mengetahui struktur modal investor dapat mengetahui resiko dan tingkat pengembalian atas investasinya. Struktur modal suatu perusahaan memiliki hubungan dengan kesejahteraan para pemegang saham sehingga secara tidak langsung struktur modal perusahaan juga memiliki keterkaitan dengan *earnings response coefficient*.

Penelitian mengenai *earnings response coefficient* telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Murwaningari (2008) menunjukkan hasil bahwa struktur modal, ukuran perusahaan, dan *timeliness* berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Penelitian yang dilakukan oleh Indra, A Zubaidi. Dkk (2011) menunjukkan hasil leverage dan size tidak berpengaruh terhadap Earnings response coefficient. Penelitian yang dilakukan oleh Sandi (2013) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif

terhadap *earnings response coefficient* dan struktur modal tidak berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Setiawati, dkk (2014) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dan adanya hasil yang berbeda dalam beberapa penelitian, maka penulis tertarik untuk menguji variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *timeliness*, dan struktur modal. Penelitian ini merupakan replikasi dari gabungan beberapa penelitian sebelumnya. Sedangkan kontribusi dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi kepada pihak internal maupun eksternal perusahaan mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *timeliness*, dan struktur modal terhadap *earnings response coefficient* (koefisien respon laba).

2. Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

2.1. Teori Efisiensi Pasar

Bentuk efisiensi pasar dapat ditinjau dari segi ketersediaan informasinya saja dan dapat pula ditinjau dari kecanggihan pelaku pasar dalam pengambilan keputusan berdasarkan analisis dari informasi yang tersedia. Pasar yang ditinjau dari sudut informasi saja disebut efisiensi pasar secara informasi (*informationally efficient market*). Sedangkan pasar yang ditinjau dari sudut kecanggihan pelaku pasar dalam mengambil keputusan berdasarkan informasi yang tersedia disebut dengan efisiensi pasar secara keputusan (*decisionally efficient market*).

Kunci utama untuk mengukur pasar yang efisien adalah hubungan antara harga sekuritas dengan informasi. Efisiensi pasar modal atau pasar uang merupakan refleksi dari konsep efisiensi informasional. Artinya, pasar dikatakan efisien jika dan hanya jika harga sekuritas dipasar merupakan cerminan dari semua informasi yang tersedia, baik informasi masa lalu, informasi publik, maupun informasi privat (Gumanti, 2011:326). Fama (1970) dalam Jogiyanto (2013:548-552) menyajikan tiga macam bentuk utama dari efisiensi pasar berdasarkan ketiga macam bentuk dari informasi yaitu informasi masa lalu, informasi sekarang yang sedang dipublikasikan, dan informasi privat. Efisiensi pasar perlu juga dilihat dari pelaku pasar dalam mengolah informasi untuk pengambilan keputusan. Jogiyanto (2013:555) menyebut efisiensi pasar “Jika semua informasi tersedia dan semua pelaku pasar dapat mengambil keputusan dengan canggih disebut sebagai efisiensi pasar secara keputusan (*decisionally efficient market*)”. Artinya, pasar secara

keputusan (*decisionally efficient market*) tidak hanya mempertimbangkan faktor ketersediaan informasi tetapi juga mempertimbangkan kecanggihan pasar dalam mengambil keputusan.

2.2. Earnings Response Coefficient (Koefisien Respon Laba)

Besarnya kekuatan hubungan laba akuntansi dan harga saham dalam literatur akuntansi dan keuangan diukur dengan menggunakan koefisien respon laba akuntansi. Laba yang dipublikasikan dapat memberikan respon yang bervariasi, yang menunjukkan adanya reaksi pasar terhadap informasi laba, atau dapat dikatakan bahwa laba yang dilaporkan memiliki reaksi pasar. Menurut Jogiyanto (2013:645) “*Earnings response coefficient* digunakan untuk menunjukkan atau menjelaskan perbedaan reaksi pasar terhadap informasi laba yang diumumkan oleh perusahaan”.

earnings response coefficient (ERC) adalah ukuran yang digunakan untuk mengukur reaksi investor atau respon harga saham terhadap informasi laba akuntansi yang diumumkan. Artinya, *earnings response coefficient* melihat seberapa kuat informasi laba akuntansi direspon oleh pasar yang tercermin pada harga sahamnya. Jika nilai *earnings response coefficient* positif menunjukkan bahwa respon investor naik terhadap informasi laba, sedangkan jika nilai *earnings response coefficient* negatif menunjukkan bahwa respon investor turun terhadap informasi laba suatu perusahaan.

Earnings response coefficient sangat penting bagi para investor untuk mengambil keputusan investasi terkait informasi laba dengan return karena *earnings response coefficient* yang tinggi memberikan informasi bahwa laba yang diperoleh menunjukkan nilai yang tinggi atau menunjukkan informasi laba yang lebih dan laba yang dilaporkan berkualitas (Sandi, 2013). Laba akuntansi yang berkualitas adalah laba akuntansi yang tidak mengandung gangguan persepsi (*perceived noise*) di dalamnya dan dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sesungguhnya.

2.3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total asset, dan total modal (Brigham, 2006 dalam Fitri, 2013). Ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan kecil (*small size*), perusahaan menengah (*medium size*), dan perusahaan besar (*large size*). Ukuran perusahaan secara langsung mencerminkan tinggi rendahnya aktifitas operasi suatu perusahaan.

Pengelompokan perusahaan atas dasar skala operasi (besar/kecilnya) dapat dipakai oleh investor sebagai salah satu variabel dalam menentukan keputusan investasi. Ukuran perusahaan merupakan proksi dari keinformatifan harga. Perusahaan besar dianggap memiliki informasi lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil (Nofianti, 2014). Teori *agency* menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total asset perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini perusahaan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu relatif lama (Sandi, 2013). Hal ini akan mengakibatkan return yang diterima investor relatif stabil. Perusahaan yang besar akan menarik para investor untuk berinvestasi karena dari laba perusahaan yang berkembang akan mempengaruhi besarnya respon pasar kaitannya dengan return saham. Pengukuran variabel ukuran perusahaan menggunakan seluruh kepemilikan atas total asset. Hal ini didukung dengan peran asset dalam membantu kelancaran kegiatan operasional suatu perusahaan dalam menghasilkan laba.

2.4. Profitabilitas

Menurut Harahap (2015:304) “Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah cabang, dan sebagainya”. Rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba disebut juga *operating ratio*. Menurut Husnan (2001:81) dalam Fitri (2013) bahwa Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu. Dan menurut Riyanto (1995:35) dalam Setiwati, dkk (2014) Profitabilitas menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba.

Dengan demikian, profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama eriode tertentu. Rasio profitabilitas dapat mengukur efektifitas kinerja perusahaan dan menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba selama satu periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Rasio profitabilitas ini sangat penting diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang akan dilakukan investor mampu memberikan return yang sesuai. Kemampuan

perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik investor untuk menanamkan dana guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan investor menarik dananya. Setiawati, dkk (2014) menyatakan bahwa pada perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi, pengaruh laba akuntansi terhadap harga saham akan lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang mengalami pertumbuhan laba akuntansi rendah. Dengan demikian perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi juga mempunyai *earnings response coefficient* yang besar dibandingkan dengan perusahaan dengan profitabilitas rendah.

Dalam penelitian ini, profitabilitas perusahaan diukur menggunakan rasio *return on asset* (ROA) yang melihat sejauh mana kemampuan aset-aset yang dimiliki perusahaan bisa menghasilkan laba. Hal ini dikarenakan ROA cukup representatif dalam menggambarkan hubungan antara laba operasi dengan aset operasi. Semakin tinggi tingkat ROA suatu perusahaan, maka semakin baik.

2.5. Ketepatan Waktu (Timeliness) Penyampaian Laporan Keuangan

Salah satu cara untuk mengukur transparansi dan kualitas pelaporan keuangan adalah ketepatan waktu (Purbasari, 2014). Rentang waktu antara tanggal laporan keuangan perusahaan dan tanggal ketika informasi keuangan diumumkan ke publik berhubungan dengan kualitas informasi keuangan yang dilaporkan. Berdasarkan Kerangka Dasar Penyusunan dan penyajian Laporan Keuangan Standar Akuntansi Keuangan, laporan keuangan harus memenuhi empat karakteristik kualitatif yang merupakan ciri khas yang membuat informasi laporan keuangan berguna bagi para pemakainya. Keempat karakteristik tersebut yaitu dapat dipahami, relevan, andal, dan dapat diperbandingkan.

Ketepatan waktu (*timeliness*) penyampaian laporan keuangan merupakan faktor penting dalam menyajikan suatu informasi yang relevan (Daud & Nur, 2008). Tepat waktu bisa diartikan sebagai ketersediaan informasi ke pembuat keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kapasitasnya untuk mempengaruhi keputusan (Mamduh dan Halim, 2003:35 dalam Purbasari, 2014). Nilai ketepatwaktuan penyampaian laporan keuangan merupakan faktor penting bagi kemanfaatan laporan keuangan. Disamping itu ketepatwaktuan merupakan kewajiban bagi perusahaan yang *go public* untuk menyampaikan laporannya secara berkala.

Laporan keuangan sebagai suatu informasi akan bermanfaat apabila informasi yang dikandungnya disediakan tepat waktu bagi pembuat keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kemampuannya dalam mempengaruhi pengambilan keputusan. Tepat waktu berarti

informasi tersebut harus disampaikan sedini mungkin agar dapat digunakan untuk menghindari tertundanya pengambilan keputusan tersebut. Hambatan dalam ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan tentunya dapat mempengaruhi respon pasar terhadap laporan keuangan yang disajikan. Dimana, para investor mungkin menanggapi keterlambatan tersebut sebagai sinyal buruk bagi perusahaan.

Syafrudin (2004) dalam Paramita (2014) meneliti pengaruh ketidaktepatan waktu terhadap *earnings response coefficient* dan menyimpulkan bahwa ketidaktepatan waktu pelaporan keuangan mempunyai pengaruh terhadap kredibilitas atau kualitas laba. Ini didasarkan pada argumentasi bahwa ketidaktepatan waktu, bagi pemakai informasi akan dipersepsikan bahwa informasi yang terkandung dalam laporan keuangan adalah informasi yang mengandung *noise* (gangguan). Adapun *noise* yang timbul ini merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kualitas laba yang pada akhirnya tercermin pada *earnings response coefficient*.

Ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan di Indonesia diatur dalam UU No.8 tahun 1995 tentang Pasar Modal. Sejak tanggal 5 Juli 2011 Bapepam semakin memperkuat peraturan dengan mengeluarkan peraturan Bapepam Nomor X.K.2 mengenai penyampaian laporan keuangan berkala emiten atau perusahaan publik. Peraturan ini menyatakan bahwa laporan keuangan tahunan wajib disajikan secara perbandingan dengan periode yang sama tahun sebelumnya, laporan keuangan tahunan wajib disertai dengan laporan Akuntan dalam rangka audit atas laporan keuangan, serta laporan keuangan tahunan tersebut wajib disampaikan kepada Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) dan Lembaga Keuangan (LK) dan diumumkan kepada masyarakat paling lambat pada akhir bulan ketiga setelah tanggal laporan keuangan tahunan. (Lampiran Keputusan ketua Bapepam dan LK Nomor: KEP-346/BL/2011 tentang Penyampaian laporan Keuangan Berkala Emiten atau Perusahaan Publik).

2.6.Struktur Modal

Struktur modal adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (Nofianti, 2014). Perusahaan menggunakan struktur modal dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar dari pada biaya asset dan sumber dananya, dengan demikian akan meningkatkan keuntungan pemegang saham. Sebaliknya struktur modal juga meningkatkan variabilitas (resiko) keuntungan, karena jika perusahaan ternyata mendapatkan keuntungan yang

lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan struktur modal akan menurunkan keuntungan pemegang saham.

Keputusan pendanaan atau keputusan atas struktur modal merupakan suatu keputusan keuangan yang berkaitan dengan komposisi utang, saham preferen, dan saham biasa yang harus digunakan oleh perusahaan. Kebutuhan dana untuk memperkuat struktur modal suatu perusahaan dapat bersumber dari internal dan eksternal, dengan ketentuan sumber dana yang dibutuhkan tersebut bersumber dari tempat-tempat yang dianggap aman dan jika dipergunakan memiliki nilai dorong dalam memperkuat struktur modal keuangan perusahaan. Struktur modal menunjukkan proporsi atas penggunaan hutang untuk membiayai investasinya, sehingga dengan mengetahui struktur modal investor dapat mengetahui risiko dan tingkat pengembalian atas investasinya (Wijayanti, 2013).

Dalam penelitian ini, struktur modal yang diprosikan dengan leverage diukur menggunakan *debt to equity ratio* (DER) yaitu rasio yang membandingkan jumlah hutang terhadap ekuitas. Rasio ini sering digunakan para analis dan para investor untuk melihat seberapa besar kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dengan menggunakan modal yang ada. Semakin kecil rasio ini maka semakin baik.

Semakin besar ukuran perusahaan maka akan mempunyai informasi yang lebih banyak daripada perusahaan kecil. Ukuran perusahaan akan memberikan sinyal terhadap perolehan laba juga sebagai representatif kandungan aset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang besar diprediksi relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba. Perusahaan yang besar akan lebih menarik para investor untuk berinvestasi, karena dari laba perusahaan yang berkembang akan mempengaruhi besarnya respon pasar kaitannya dengan return saham. Semakin luas informasi yang tersedia mengenai perusahaan besar memberikan bentuk yang lebih baik mengenai laba ekonomis, sehingga besarnya ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *earnings response coefficient*.

Profitabilitas berkaitan dengan reaksi pasar atas laba perusahaan. Rasio profitabilitas dapat mengukur efektifitas kinerja perusahaan dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas sangat penting diperhatikan untuk menilai sejauh mana return yang akan di dapat dari aktivitas investasinya. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan menarik perhatian para investor untuk menanamkan dananya. Dimana, investor akan memperoleh return dari laba yang dihasilkan perusahaan tersebut. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi maka pengaruh laba akuntansi terhadap harga saham akan lebih besar

dibandingkan dengan perusahaan yang mengalami pertumbuhan laba akuntansi rendah. Maka dari itu profitabilitas akan berpengaruh terhadap besarnya *earnings response coefficient*.

Ketepatan waktu (*timeliness*) penyampaian laporan keuangan merupakan faktor penting dalam menyajikan suatu informasi yang relevan. Informasi laporan keuangan akan memiliki manfaat jika disampaikan tepat waktu guna pengambilan keputusan. Namun ketika laporan keuangan tidak disampaikan tepat waktu maka akan menjadi informasi yang tidak relevan. Dengan begitu, informasi yang terkandung di dalamnya menjadi hal yang tidak berguna lagi bagi pengambilan keputusan. Ketidaktepatan waktu penyampaian informasi laba akuntansi mengindikasikan adanya *noise* (gangguan) dalam informasi tersebut, dan para investor mungkin menanggapi keterlambatan tersebut sebagai sinyal buruk bagi perusahaan.

Struktur modal dalam penelitian ini diproksikan dengan leverage. Perusahaan dengan tingkat leverage tinggi berarti memiliki hutang yang lebih besar dibandingkan modal. Dengan demikian, ketika perusahaan mendapatkan laba maka laba tersebut akan digunakan untuk membayar hutang. Dalam hal ini, pihak *debtholder*lah yang lebih untung dibanding investor. Sebab, perusahaan akan lebih mengutamakan pembayaran hutang daripada dividen. Selain itu, perusahaan dengan tingkat hutang tinggi berarti memiliki risiko keuangan yang tinggi karena mengalami kesulitan keuangan sehingga terdapat risiko gagal bayar yang mengakibatkan kebangkrutan. Berdasarkan uraian diatas, maka penguji dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*

H₂ : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*

H₃ : *Timeliness* berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*

H₄ : Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*

H₅ : Ukuran perusahaan, profitabilitas, *timeliness*, dan struktur modal berpengaruh secara simultan terhadap *earnings response coefficient*

3. Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia. Hal ini dikarenakan perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memiliki populasi terbanyak di Bursa Efek Indonesia sehingga nantinya akan memberikan hasil yang lebih umum. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

1. Perusahaan manufaktur yang *listing* di BEI selama masa penelitian yaitu tahun 2012-2014.

2. Sampel menerbitkan laporan keuangan selama masa penelitian yaitu tahun 2012, 2013, dan 2014.
3. Sampel menghasilkan laba selama 4 tahun berturut-turut yaitu tahun 2011, 2012, 2013, dan 2014.

Adapun yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini adalah *earnings response coefficient* (koefisien respon laba). Adapun yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini antara lain: Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Ketepatan waktu (*Timeliness*), dan Struktur modal. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka yakni dengan mengumpulkan data pendukung literatur, jurnal, serta laporan-laporan yang dipublikasikan untuk mendapatkan gambaran masalah yang akan diteliti. Serta mengumpulkan data-data sekunder yang diperlukan dengan cara mendownload data dari situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan situs Dunia Investasi (www.duniainvestasi.com).

4. Hasil

4.1. Analisis Statistik Deskriptif

Pengujian ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi dari masing-masing sampel. Deskripsi mengenai variabel dependen dan variabel independen dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1.
Statistik Deskriptif

Sumber : Output SPSS, Diolah Peneliti, 2016

Tabel 4.2.
Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.680	2.384		-3.222	.002
	LnSIZE	.220	.084	.235	2.607	.010
	LnPFTBL	.342	.116	.290	2.942	.004
	TML	.002	.284	.001	.007	.994
	LnSM	-.418	.208	-.212	-2.009	.047

a. Dependent Variable: LnERC

Sumber: Output SPSS, Diolah Peneliti, 2016

1. Pada pengujian asumsi klasik sebelumnya telah dijelaskan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah diubah menjadi model logaritma natural yang berarti beta dan koefisien dari penelitian ini juga dalam bentuk logaritma natural. Berdasarkan tabel 4.13 di atas, koefisien regresi pada kolom *Unstandardized Coefficient* bagian B diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:
2. $LnERC = -7,680 + 0,220 LnSIZE + 0,342 LnPFTBL + 0,002TML - 0,418 LnSM + \epsilon$
3. Dimana : LnERC = *Earnings Response Coefficient*
 LnSIZE = Ukuran Perusahaan
 LnPFTBL = Profitabilitas
 TML = Timeliness
 LnSM = Struktur Modal

4.3. Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji Statistik T)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig. $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak
- b. Jika nilai sig. $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima

Atau dapat dilihat dari:

- a. Jika $|T_{hitung}| > |T_{tabel}|$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak
- b. Jika $|T_{hitung}| < |T_{tabel}|$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima

Tabel 4.3.
Hasil Uji Statistik T Ukuran Perusahaan
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.069	2.440		-2.488	.014
	SIZE	.132	.060	.141	1.350	.127

Sumber: Output SPSS, Diolah peneliti, 2016

Tabel 4.4.
Hasil Uji Statistik T Profitabilitas

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients	T	Sig.

			Standardized		
1					

a. Dependent Variable: L-ERP

Sumber: Output SPSS, Diolah peneliti, 2016

Tabel 4.5.
Hasil Uji Statistik T Timeliness
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.637	.212		-12.441	.000
	TIME	.043	.278	.177	1.930	.034

a. Dependent Variable: L-ERP

Sumber: Output SPSS, Diolah peneliti, 2016

Tabel 4.6.
Hasil Uji Statistik T Struktur Modal

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients	T	Sig.

			Standardized		
1					

1. Dampak Variabel L-FBO

Sumber: Output SPSS, Diolah peneliti, 2016

Dari beberapa tabel diatas dapat dijelaskan hasil uji parsial sebagai berikut:

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Earnings Response Coefficient*

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,127. Karena nilai $\text{sig.}0,127 > \alpha$ (0,05) atau $T_{\text{hitung}} |1,538| < T_{\text{tabel}} |1,981|$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*.

2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Earnings Response Coefficient*

Berdasarkan tabel 4.15 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai $\text{sig.}0,000 < \alpha$ (0,05) atau $T_{\text{hitung}} |4,260| > T_{\text{tabel}} |1,981|$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*.

3. Pengaruh *Timeliness* Terhadap *Earnings Response Coefficient*

Berdasarkan tabel 4.16 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,054. Karena nilai $\text{sig.}0,054 > \alpha$ (0,05) atau $T_{\text{hitung}} |1,950| < T_{\text{tabel}} |1,981|$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya *timeliness* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*.

4. Pengaruh Struktur Modal Terhadap *Earnings Response Coefficient*

Berdasarkan tabel 4.17 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai $\text{sig.}0,001 < \alpha$ (0,05) atau $T_{\text{hitung}} |3,556| > T_{\text{tabel}} |1,981|$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya struktur modal memiliki pengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*.

4.4.Uji Simultan (Uji Statistik F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara simultan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig. < α (0,05) maka H_0 ditolak
- b. Jika nilai sig. > α (0,05) maka H_0 diterima

Atau dapat dilihat dari:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima

Tabel 4.7.
Hasil Uji Statistik F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.821	4	13.955	7.384	.000 ^a
	Residual	215.465	114	1.890		
	Total	271.286	118			

a. Predictors: (Constant), LnSM, LnSIZE, TML, LnPFTBL

b. Dependent Variable:LnERC

Sumber: Output SPSS, Diolah Peneliti, 2016

Dari tabel 4.18 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji hipotesis secara simultan (uji F) diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai sig. $0,000 < \alpha$ (0,05) atau F_{hitung} (7,384) > F_{tabel} (2,451) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara simultan (bersama-sama) Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Timeliness*, dan Struktur Modal memiliki pengaruh dan signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient*.

4.5.Pembahasan Hasil Penelitian

1) Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Earning Response Coefficient*

Ukuran perusahaan secara langsung mencerminkan tinggi rendahnya aktifitas operasi suatu perusahaan yang nampak dalam total nilai aset perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan mempunyai informasi yang lebih banyak daripada perusahaan kecil. Semakin luas informasi yang tersedia mengenai perusahaan besar memberikan bentuk yang lebih baik mengenai laba ekonomis. Perusahaan yang besar diprediksi relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan

laba. Semakin banyak informasi tersedia mengenai aktivitas perusahaan, semakin mudah bagi pasar untuk menginterpretasikan informasi dalam laporan keuangan dan juga akan memberikan kepercayaan yang lebih terhadap perusahaan tersebut.

Pengujian secara parsial menghasilkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient* (ERC). Pengaruh tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,127 < \alpha (0,05)$ atau $T_{hitung} |1,538| < T_{tabel} |1,981|$. Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan bukan variabel penjelas yang signifikan untuk memprediksi *earnings response coefficient*. Dikarenakan belum tentu investor lebih merespon informasi dari perusahaan besar daripada perusahaan kecil. Perusahaan besar yang memberikan informasi laba akan semakin memiliki respon pasar tinggi jika didukung dengan oleh keluasan pengungkapan sukarela perusahaan. Perusahaan yang relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba bukan dinilai dari besar kecilnya suatu perusahaan melainkan bagaimana kinerja perusahaan tersebut. Selain itu, mungkin dikarenakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI kebanyakan merupakan perusahaan besar sehingga ukuran perusahaan tidak terlalu menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Indra (2011), Paramita (2012), dan Fitri (2013).

2) Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Earning Response Coefficient*

Profitabilitas berkaitan dengan reaksi pasar atas laba perusahaan. Rasio profitabilitas dapat mengukur efektifitas kinerja perusahaan dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas sangat penting diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang akan dilakukan investor mampu memberikan return yang sesuai. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan menarik perhatian para investor untuk menanamkan dananya. Dimana, investor akan memperoleh return dari laba yang dihasilkan perusahaan tersebut. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi maka pengaruh laba akuntansi terhadap harga saham akan lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang mengalami pertumbuhan laba akuntansi rendah.

Pengujian secara parsial menghasilkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Pengaruh tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ atau $T_{hitung} |4,260| > T_{tabel} |1,981|$. Hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas berkaitan dengan reaksi pasar atas laba perusahaan. Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Perusahaan dengan

profitabilitas tinggi memiliki *earnings response coefficient* yang lebih besar dibandingkan perusahaan dengan profitabilitas rendah. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan menarik perhatian para investor untuk menanamkan dananya. Dimana, investor akan memperoleh return dari laba yang dihasilkan perusahaan tersebut. Hasil penelitian sesuai dengan Setiawati (2014) dan Kusumawardani & Joko (2011).

3) Pengaruh Timeliness Terhadap *Earning Response Coefficient*

Ketepatan waktu (*timeliness*) yaitu rentang waktu pengumuman laporan keuangan tahunan yang telah diaudit (auditan) kepada publik, sejak tanggal tutup tahun buku perusahaan sampai tanggal penyerahan ke Bapepam. Ketepatan penyampaian laporan keuangan merupakan faktor penting dalam menyajikan suatu informasi yang relevan. Informasi laporan keuangan akan memiliki manfaat jika disampaikan tepat waktu guna pengambilan keputusan. Namun ketika laporan keuangan tidak disampaikan tepat waktu maka akan menjadi informasi yang tidak relevan. Dengan begitu, informasi yang terkandung di dalamnya menjadi hal yang tidak berguna lagi bagi pengambilan keputusan.

Pengujian secara parsial menghasilkan bahwa *timeliness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Pengaruh tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,054 > \alpha (0,05)$ atau $T_{hitung} |1,950| < T_{tabel} |1,981|$. Hasil ini menunjukkan bahwa kredibilitas atau kualitas laba yang akhirnya tercermin pada *earnings response coefficient* tidak hanya melihat dari ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan ke publik melainkan bagaimana ketersediaan informasi yang ada. Apakah informasi tersebut dapat dipahami, dapat diperbandingkan, andal, dan menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Informasi yang dipublikasikan termasuk informasi laba akuntansi akan selalu direspon oleh pasar dan akan memberikan manfaat walaupun penyampaiannya tidak tepat waktu. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan Daud & Nur (2008) dan Murwaningsari (2008).

4) Pengaruh Struktur Modal Terhadap *Earning Response Coefficient*

Struktur modal dalam penelitian ini diproksikan dengan leverage. Perusahaan dengan tingkat leverage tinggi berarti memiliki hutang yang lebih besar dibandingkan modal. Sehingga besarnya leverage perusahaan menyebabkan para investor menjadi kurang percaya terhadap laba yang dipublikasikan oleh perusahaan, pada akhirnya akan mengakibatkan respon pasar menjadi relatif rendah.

Pengujian secara parsial menghasilkan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap *earnings response coefficient*. Pengaruh tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < \alpha (0,05)$ atau $T_{hitung} |3,556| > T_{tabel} |1,981|$. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat leverage tinggi menyebabkan para investor kurang percaya terhadap laba yang dipublikasikan, yang pada akhirnya mengakibatkan *earnings response coefficient* rendah. Ketika perusahaan mendapatkan laba maka pihak *debtholder*lah yang lebih untung dibanding investor. Sebab, perusahaan akan mengutamakan pembayaran hutang daripada dividen. Selain itu, perusahaan dengan leverage tinggi juga memiliki resiko keuangan yang tinggi karena mengalami kesulitan keuangan sehingga terdapat resiko gagal bayar yang mengakibatkan kebangkrutan. Penelitian ini sesuai dengan Murwaningsari (2008) dan Nofianti (2014).

5) Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Timeliness, dan Struktur Modal Terhadap *Earning Response Coefficient*

Pengujian secara simultan menghasilkan bahwa terdapat pengaruh antara Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Timeliness, dan Struktur Modal secara terhadap *Earnings Response Coefficient* (ERC) dengan periode pengamatan tahun 2012-2014 dan jumlah sampel sebanyak 74 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengaruh tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ atau $F_{hitung} (7,384) > F_{tabel} (2,451)$. Sehingga terbukti secara simultan terdapat pengaruh variabel Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Timeliness*, dan Struktur Modal terhadap variabel *Earnings Response Coefficient* (ERC). Hasil ini didukung dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,178. Artinya sebesar 17,8% variabel ERC dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 82,2% dijelaskan oleh sebab-sebab diluar model.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dan diuraikan sebelumnya maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2014. Pengaruh tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,127 > \alpha (0,05)$ atau $T_{hitung} |1,538| < T_{tabel} |1,981|$.

2. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2014. Pengaruh tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ atau $T_{hitung} |4,260| > T_{tabel} |1,981|$.
3. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Timeliness tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2014. Pengaruh tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,054 > \alpha (0,05)$ atau $T_{hitung} |1,950| < T_{tabel} |1,981|$.
4. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Struktur Modal memiliki pengaruh signifikan terhadap *Earnings Response Coefficient* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2014. Pengaruh tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < \alpha (0,05)$ atau $T_{hitung} |3,556| > T_{tabel} |1,981|$.
5. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Timeliness, dan Struktur modal memiliki pengaruh terhadap *Earnings response coefficient* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2014. Pengaruh tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ atau $F_{hitung} (7,384) > F_{tabel} (2,451)$.

Reference

- Ambarwati, S. 2008. *Earnings Response Coefficient*. VOL.7, No.2, ISSN 1412-0204
- Andreas, Hans Hananto. 2012. *Spesialisasi Industri Auditor Sebagai Prediktor Earnings Response Coefficient perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, Vol. 14, No. 2, November 2012
- Daud, Rulfah M dan Nur Afni Syarifuddin. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure, Timeliness, Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Earnings Response Coefficient (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal Telaah & Riset Akuntansi, Vol.1, No.1, Januari 2008
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Keuangan Dan Pasar Modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Fakultas ekonomi. 2015. *Buku Pedoman Penulisan Skripsi*. Medan:Universitas Negeri Medan
- Fitri, Laila. 2013. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kesempatan Bertumbuh, Dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2008-2011)*. Skripsi Univesitas Negeri Padang
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Gumanti, Tatang Ary. 2011. *Manajemen Investasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Harahap, Sofyan Safri. 2015. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Indra, A Zubaidi. Dkk. 2011. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi earnings response coefficient (ERC):Studi Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal akuntansi dan keuangan, Vol.16 No.1
- Jogiyanto, H. 2013. *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi*. Yogyakarta:BPFE

- Kadek Trisna Wulandari dan I Gede Ary Wirajaya. 2014. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 6.3, ISSN:2302-8556
- Keputusan BAPEPAM Nomor: Kep-11/PM/1997 peraturan nomor IX.C.7 tentang Pedoman Mengenai Bentuk Dan Isi Pernyataan Pendaftaran Dalam Rangka Penawaran Umum Oleh Perusahaan Menengah Atau Kecil (07 Januari 2016)
- Keputusan ketua Bapepam dan LK Nomor: KEP-346/BL/2011 tentang Penyampaian Laporan Keuangan Berkala Emiten atau Perusahaan Publik (03 Oktober 2015)
- Kuncoro, Mudrajat. 2013. *Metode Riset Untuk Riset Bisnis Dan Ekonomi*. Penerbit: Erlangga
- Kusumawardhani, Indra dan Joko Setiyo Nugroho. *Pengaruh Corporate social Responsibility, Size, Dan Profitabilitas Terhadap Earnings Response Coefficient*. Kajian Akuntansi, Volume 5, Nomor 1, Juni 2010, ISSN 1907-1442
- Mulyani, Sri. Dkk. 2007. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta*. JAAI Vol.11, No.1, Juni 2007
- Murwaningsari, Ety. 2008. *Pengujian Simultan: Beberapa faktor Yang Mempengaruhi Earning Response Coefficient (ERC)*. Simposium Nasional Akuntansi (SNA) Ke XI Pontianak, 23-24 Juli 2008
- Naimah, Zahroh dan Utama Siddharta. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan, dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba Dan Koefisien Respon Nilai Buku Ekuitas: Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang, 23-26 Agustus 2006
- Nofianti, Nana. 2014. *Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Koefisien Respon Laba*. Jurnal Etikonomi, Vol.13, No.2, Oktober 2014
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar. 2012. *Pengaruh Ketepatanwaktuan Penyampain Laporan Keuangan Terhadap Respon Laba Akuntansi*. Jurnal WIGA, Vol.4, No.2, September 2014, ISSN No.2088-0944

- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar. 2014. *Pengaruh Leverage, Firm Size, dan Voluntary Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC)*. Jurnal WIGA, Vol.2, No.2, September 2012, ISSN No.2088-0944
- Pranowo, Ega Budi dan Hiras Pasaribu. 2013. *Corporate Social Responsibility Disclosure, Karakteristik Perusahaan Dan Pengaruhnya Terhadap Earnings Response Coefficient*. Jurnal Telaah & Riset Akuntansi Vol.6, No.2, Juli 2013
- Purbasari, Mirani. 2014. *Analisis Pengaruh Karakteristik Komite Audit Dan Profitabilitas Terhadap Timeliness Laporan Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI)*. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang
- Purbasari, Mirani. 2014. *Analisis Pengaruh Karakteristik Komite Audit Dan Profitabilitas Terhadap Timeliness Laporan Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI)*. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang
- Rahayu, Agustina Kartika dan Agung Suryana. 2015. *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Resiko Gagal Bayar Pada Koefisien Respon Laba*. E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.13, No.2, November 2015, ISSN: 2302-8556
- Rahayu, Siti. 2012. *Pengaruh Konservatisme Laba Terhadap Koefisien Respon Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi Universitas Negeri Medan
- Samsul, Mohammad. 2006. *Pasar Modal & Manajemen Portofolio*. Penerbit Erlangga
- Sandi, Khoerul Umam. 2013. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient*. Accounting Analysis Journal, Vol.2, No.3, ISSN 2252-6765
- Setiawati, Erma. Dkk. 2014. *Analisis Pengaruh Ukuran, Pertumbuhan Dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba (Studi Empirias Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2009-2011)*. Seminar Nasional dan Call Paper, ISBN:978-602-70429
- Trihendradi, C. 2012. *Step By Step SPSS 20 Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: Andi

Undang-undang No.8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal

Wijayanti, Ratna DP dan Ery Hidayanti. 2013. *Pengaruh Earnings Response Coefficient (ERC) Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal WIGA Vol.3, No.1, Maret 2013, ISSN No.2088-0944

Wijayanti, Ratna DP. 2013. *Leverage Dan Firm Size Terhadap Earning Response Coefficient (ERC) Dengan Voluntary Disclosure Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, Vol.2, No.2, Agustus 2013

Wulandary, Kadek Trisna dan I Gede Ary Wirajaya. 2014. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 6.3 (2014), ISSN: 2302-8556

www.dunianvestasi.com

www.idx.co.id