

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan bukti empiris tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui *islamic social reporting*. Penelitian ini menggunakan 20 sampel perusahaan yang terdaftar di Jakarta *Islamic Index* selama tahun 2014-2016. Data dianalisa menggunakan metode *structural equation modelling* (SEM) menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Data yang berupa data sekunder yang diperoleh dari Laporan Tahunan dan Laporan Keuangan perusahaan yang dipublikasikan oleh Jakarta *Islamic Index*.

Hasil Penelitian ini menemukan bahwa profitabilitas dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan dan *islamic social reporting* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata-kata kunci: profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, *islamic social reporting*, nilai perusahaan

ABSTRACT

This study aims to show empirical evidence about the influence of profitability, leverage, firm size, and islamic social reporting on firm value. This study used 20 samples of companies listed on the Jakarta Islamic Index during 2014-2016. The data were analyzed using the structural equation modeling (SEM) method and using the SmartPLS 3.0 application. Secondary data were obtained from the Annual Report and Financial Report published by the Jakarta Islamic Index.

The results of this study indicated that managerial profitability and leverage had a significant effect on firm value. While firm size and islamic social reporting has no significant effect on firm value.

Key words: profitability, leverage, firm size, islamic social reporting, firm value