

ABSTRAK

Tutik Alawiyah, NIM: 1520210004. Pengaruh *Price Eaning Ratio*, *Market Value Added* dan Reputasi Akuntan terhadap Reputasi Perusahaan yang Terdaftar di *Jakarta Islamic Index* Periode 2016-2018. Program Strata Satu (S.1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus 2019.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Price earning Ratio* (PER), *Market Value Added* (MVA) dan *Reputasi* Akuntan terhadap *Reputasi* Saham Syariah pada Perusahaan yang Terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII). Periode yang digunakan dalam penelitian adalah 3 (tiga) tahun, yaitu mulai dari tahun 2016 sampai 2018. Data dalam penelitian ini diperoleh dari data laporan keuangan tahunan perusahaan yang telah dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode 2016-2018 yaitu sebanyak 30 perusahaan. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang konsisten terdaftar di *Jakarta Islamic Index* selama periode 2016-2018 yang diperoleh dengan metode *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan, didapatkan 17 perusahaan dengan jumlah data penelitian sebanyak 46 data laporan keuangan. Data dianalisis deskripsi statistik, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji R^2 , uji t, uji F. Analisis data dilakukan secara kuantitatif menggunakan program SPSS.

Hasil data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Price Earning Ratio* dan *Market Value Added* tidak berpengaruh secara parsial tetapi berpengaruh secara simultan terhadap *Return* saham. Sedangkan *Reputasi* Akuntan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap *Return* saham. Kesimpulannya adalah *Price Earning Ratio* dan *Market Value Added* tidak relevan untuk digunakan sebagai acuan investor dalam menilai kinerja perusahaan dalam mengukur nilai pasar yang mengaitkan harga saham dan nilai tambah pasar dalam perusahaan. Sedangkan *Reputasi* akuntan menunjukkan pemeriksaan secara objektif atas laporan keuangan dan kualitas auditor meningkat sejalan dengan besarnya Kantor Akuntan Publik.

Kata kunci : *Price Earning Ratio*, *Market Value Added*, *Reputasi Akuntan*, dan *Reputasi Perusahaan*.