

ABSTRAKSI

Tidak tepat waktu merupakan salah satu pencerminan kredibilitas atau kualitas informasi (termasuk informasi laba) akuntansi yang dilaporkannya. Dari sudut pandang ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan, perusahaan yang menyampaikan laporan keuangan kepada publik tepat waktu sesuai dengan aturan adalah perusahaan yang kinerjanya lebih baik dibanding dengan perusahaan yang tidak tepat waktu. Oleh karena ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan merupakan salah satu pencerminan kredibilitas atau kualitas informasi maka pasar seharusnya memberikan reaksi terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pasar memberikan reaksi terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan. Penelitian ini menggunakan persistensi, pertumbuhan dan prediktibilitas, *systematic risk*, dan *firm sizes* sebagai variabel kontrol.

Untuk memenuhi tujuan diatas, dalam model 1 *cumulative abnormal return*(CAR) diregresikan dengan variabel dummy (D), *unexpected earnings* (UE), perkalian antara *unexpected earnings* (UE) dengan variabel dummy (D), perkalian antara *unexpected earnings* (UE) dengan *market to book value equity*(MBV), perkalian antara *unexpected earnings* (UE) dengan risiko sistematis (β), dan perkalian antara *unexpected earnings* (UE) dengan *firm sizes*. Sedangkan dalam model 2 *cumulative abnormal return*(CAR) diregresikan dengan *unexpected earnings* (UE), perkalian antara *unexpected earnings* (UE) dengan *market to book value equity*(MBV), perkalian antara *unexpected earnings* (UE) dengan risiko sistematis (β), dan perkalian antara *unexpected earnings* (UE) dengan *firm sizes*. Penelitian ini menggunakan 2 *event windows* yaitu *event windows* 5 hari sebelum dan sesudah tanggal publikasi [-5,+5] dan *event windows* 10 hari sebelum dan sesudah tanggal publikasi [-10,+10]. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pasar tidak memberikan reaksi terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan yang berarti terdapat faktor-faktor lain yang lebih kuat yang mempengaruhi reaksi pasar.