

ABSTRAK

Opini audit atas laporan keuangan menjadi salah satu pertimbangan yang penting bagi investor dalam mengambil keputusan berinvestasi. Oleh karena itu, auditor sangat diandalkan dalam memberikan informasi yang baik bagi investor. Masalah timbul ketika banyak terjadi kesalahan opini yang dibuat oleh auditor menyangkut opini *going concern*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *opinion shopping*, Reputasi Auditor, *Disclosure*, Ukuran Perusahaan terhadap opini audit *going concern*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 20 perusahaan manufaktur sub sektor *Consumers Goods Industry* yang *listing* di BEI pada tahun 2010-2014. Teknik analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi logistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *opinion Shopping* berpengaruh terhadap opini audit *going concern*, Reputasi Auditor tidak berpengaruh terhadap opini audit *Going Concern*, *Disclosure* berpengaruh terhadap opini audit *going concern*, dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap opini audit *going concern*.

Kata kunci : *Opinion Shopping*, Reputasi Auditor, *Disclosure*, Ukuran Perusahaan dan opini audit *going concern*.