

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing Saham pada Perusahaan Non-Keuangan yang Melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2019

Irhas Firdaus, Nurdin

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia

irhasfirdaus7@gmail.com, nurdin@unsiba.ac.id

Abstract—The company has a desire to be able to last a long time doing business, one way is to expand the business, because by expanding the company will have a wider market share. To carry out company expansion activities requires no small amount of funds, therefore as an alternative the company can obtain funds by conducting a public offering (Go Public) by conducting an initial public offering (IPO) on the Indonesia Stock Exchange. And in the capital market the phenomenon of underpricing is a common phenomenon that often occurs, this is evidenced by the various studies related to underpricing. This study aims to determine the factors that influence the level of underpricing of shares in non-financial companies that conduct IPOs on the Indonesia Stock Exchange for the period of 2016-2019. Factors studied were non-financial information (underwriter reputation, auditor reputation, and age of the company) as well as financial information (company size, financial leverage, earnings per share, and return on assets). The sampling method used was purposive sampling, and the samples used were 89 non-financial companies. The method of data analysis uses multiple linear regression, classic assumptions, and hypothesis testing. Based on the results of the independent variable research namely underwriter reputation, auditor reputation, company size, company age, financial leverage, earnings per share, and return on assets simultaneously have a significant positive effect on the level of underpricing, whereas partially only the underwrite reputation and age of the company have a significant negative effect on the level of underpricing.

Keywords—*Underpricing, Underwriter Reputation, Auditor Reputation, Company Size, Company Age, Financial Leverage, Earning Per Share, and Return On Assets.*

Abstrak—Perusahaan mempunyai keinginan untuk dapat bertahan lama menjalankan usahanya, salah satu caranya yaitu melakukan ekspansi usaha, karena dengan melakukan ekspansi perusahaan akan mempunyai pangsa pasar yang lebih luas. Untuk melakukan kegiatan ekspansi perusahaan memerlukan dana yang tidak sedikit, maka dari itu sebagai alternatif perusahaan untuk mendapatkan dana bisa dengan melakukan penawaran umum (Go Public) dengan cara melaksanakan initial public offering (IPO) di Bursa Efek Indonesia. Dan pada pasar modal fenomena underpricing adalah fenomena umum yang sering terjadi, hal ini terbukti dengan adanya berbagai penelitian terkait underpricing. Penelitian ini bertujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat

underpricing saham pada perusahaan non keuangan yang melakukan IPO di Bursa efek Indonesia periode Tahun 2016-2019. Faktor yang diteliti adalah informasi non keuangan (reputasi underwriter, reputasi auditor, dan umur perusahaan) serta informasi keuangan (ukuran perusahaan, financial leverage, earning per share, dan return on asset). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dan sampel yang digunakan sebanyak 89 perusahaan non keuangan. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda, asumsi klasik, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian variabel independen yaitu reputasi underwriter, reputasi auditor, ukuran perusahaan, umur perusahaan, financial leverage, earning per share, dan return on asset secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat underpricing, sedangkan secara parsial hanya reputasi underwrite dan umur perusahaan yang memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat underpricing.

Kata kunci—*Underpricing, Reputasi Underwriter, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Financial Leverage, Earning Per Share, dan Return On Asset.*

I. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan pada umumnya mempunyai keinginan untuk memperluas usahanya. Misalnya dengan melakukan ekspansi. Untuk melakukan ekspansi, perusahaan membutuhkan modal yang lebih banyak dari sebelumnya. Dalam rangka memenuhi kebutuhan modal tersebut. Maka dari itu, hal ini membuat perusahaan untuk memilih alternatif-alternatif supaya memenuhi kebutuhan yang dapat dijadikan sebagai sumber pendanaan. Dana tambahan tersebut datang dari berbagai sumber, yaitu sumber dana tambahan dari modal internal ataupun eksternal. Secara internal, dana perusahaan bisa bersumber dari laba ditahan dan akumulasi penyusutan aktiva tetap. Sedangkan secara eksternal, dana bisa berasal dari utang bank, pengeluaran surat hutang (obligasi), dan dengan menerbitkan saham baru.

Tidak jarang dana yang dikeluarkan perusahaan tidaklah cukup. Maka dari itu perusahaan memerlukan dana yang bersumber dari luar perusahaan (secara eksternal), yaitu diantaranya pasar modal, dengan cara menjual saham perusahaan kepada masyarakat atau sering dikenal dengan

istilah *go public*. Pasar modal mempunyai peran penting untuk pembangunan ekonomi sebagai salah satu sumber pembiayaan eksternal bagi dunia usaha dan sebagai sarana investasi bagi masyarakat. Pasar modal adalah salah satu sarana untuk memenuhi permintaan dan penawaran modal. Disinilah para investor bisa melakukan investasi dengan cara kepemilikan surat berharga dari perusahaan. Pasar modal (*capital market*), merupakan pasar dijualbelikannya modal jangka panjang dalam bentuk surat berharga seperti obligasi dan saham, jangka waktu surat berharga yang ditawarkan biasanya berumur lebih dari 1 tahun (Kasmir, 2010). Pasar modal (*capital market*), terbentuk karena adanya beberapa institusi dan peraturan yang memungkinkan terjadinya transaksi dana jangka panjang dalam bentuk obligasi dan saham (Ridwan S. sudjaja dan Inge Barlian, 2002). UU No. 8 Th.1995 tentang pasar modal mendefinisikan pasar modal sebagai kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek.

Pasar modal mencakup berbagai pasar diantaranya yaitu pasar primer (*primary market*), pasar sekunder (*secondary market*). Pasar primer adalah pasar dimana sekuritas untuk pertama kali diterbitkan, pada pasar ini penerbit langsung terlibat dalam transaksi. Dan pasar sekunder adalah pasar dimana sekuritas yang sebelumnya dimiliki diperdagangkan (Ridwan S. sudjaja dan Inge Barlian, 2002). Definisi dari pasar primer menunjukkan, bahwa pasar primer adalah pasar modal yang memperjualbelikan saham-saham atau sekuritas lainnya yang dijual untuk pertama kalinya (penawaran umum) sebelum saham tersebut dicatat di bursa. Dan penjelasan pasar sekunder yaitu pasar modal yang memperdagangkan saham-saham dan sekuritas lainnya yang sebelumnya sudah diperdagangkan di pasar primer.

Perusahaan melakukan penawaran umum perdana pada pasar primer (*primary market*), dan kegiatan dilakukannya penawaran umum perdana di pasar primer dikenal dengan istilah *initial public offering* (IPO). IPO (*Initial Public Offering*) merupakan penawaran saham untuk pertama kalinya (Jogiyanto, 2000). Dan menurut Fakhruddin penawaran perdana saham atau *initial public offering* (IPO) merupakan suatu mekanisme di mana perusahaan untuk pertama kalinya mengeluarkan saham baru yang kemudian ditawarkan kepada publik (Fakhruddin, 2008). Setelah melakukan penawaran umum perdana (IPO) perusahaan akan mendapatkan dana tambahan. Sehingga perusahaan dapat menjalankan strategi bisnisnya dengan efektif, baik itu memperluas usaha ataupun mengakuisisi sebuah perusahaan. Dalam sebuah jurnal dikatakan bahwa *Initial public offering* adalah salah satu cara perusahaan untuk memperoleh dana atau pemenuhan dana (Gunawan, M., & Jodin, V., 2017).

Underpricing adalah suatu kondisi dimana harga penutupan saham di pasar perdana lebih rendah dibandingkan dengan harga saham yang dijual di pasar

sekunder dengan saham yang sama, atau selisih positif harga saham di pasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana (Rosyati dan Arifin Sabeni, 2002).

Untuk mengetahui tingkat underpricing yang terjadi pada penawaran perdana maka diperlukan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi underpricing, baik itu faktor informasi non keuangan ataupun faktor informasi keuangan. Sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan untuk investor maupun emiten dalam pengambilan keputusan. Peneliti menggunakan underpricing sebagai variabel dependen dan reputasi auditor, reputasi *underwriter*, ukuran perusahaan, umur perusahaan, *financial leverage*, *Erning Per Share* (EPS), dan *Return On Asset* (ROA) sebagai variabel independen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti merumuskan beberapa permasalahan yang akan dibahas oleh peneliti, yaitu :

1. Bagaimana perkembangan informasi non keuangan pada perusahaan non keuangan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019?
2. Bagaimana perkembangan informasi keuangan pada perusahaan non keuangan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019?
3. Bagaimana perkembangan tingkat *underpricing* pada perusahaan non keuangan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019?
4. Sejauh mana pengaruh informasi keuangan dan non keuangan terhadap tingkat *underpricing* secara simultan dan parsial pada perusahaan non keuangan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019?

II. LANDASAN TEORI

Pasar modal sama seperti pasar pada umumnya, yaitu tempat bertemunya antara penjual dan pembeli. Di pasar modal, yang diperjualkan adalah modal berupa hak kepemilikan perusahaan dan surat pernyataan hutang perusahaan. Pembeli modal adalah individu atau organisasi dan Lembaga lain yang bersedia menyisihkan kelebihan dananya untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan pendapatan melalui pasar modal, sedangkan penjual modal adalah perusahaan yang memerlukan modal atau tambahan modal untuk keperluan pengembangan usaha (Sudirman, 2015).

Pada dasarnya pasar modal (*capital market*) merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, hal dalam bentuk hutang ataupun modal sendiri. Semua yang termasuk surat berharga dapat disebut sebagai efek. Efek dapat berupa surat pengakuan hutang, surat berharga komersial, saham, obligasi, tanda bukti hutang, unit penyertaan kontrak investasi kolektif, kontrak berjangka atas efek dan sebagainya (Darmadji dan Fakhruddin, 2011:5).

Penawaran umum atau *initial public offering* (IPO) merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal dengan cara menjual saham atau obligasi. Penawaran umum sering pula

dikenal dengan istilah *go public*. Dengan *go public*, perusahaan mendapatkan dana sesuai dengan kebutuhan perusahaan tersebut. Selain mendapatkan keuntungan berupa tambahan dana atau modal untuk pengembangan usaha, emiten mendapatkan beberapa keuntungan lain dengan *go public*, yaitu: emiten lebih dikenal masyarakat, dan perusahaan dituntut untuk bekerja lebih profesional karena emiten mendapatkan pengawasan dari banyak pihak, seperti dari Bursa Efek, analis dan termasuk para pemegang saham (Sudirman, 2015).

Underpricing diartikan sebagai selisih harga penutupan (*closing price*) di hari pertama pasar sekunder dengan harga penawaran umum (*offering price*), dibagi dengan harga penawaran umum (*offering price*). Sehingga, apabila harga penawaran perdana saham lebih rendah dari harga saat penutupan di hari pertama pasar sekunder maka saham tersebut dikatakan mengalami *underpricing*. (Ratnasari, A., & Hudiwinarsih, G. 2013).

Penjamin emisi merupakan mediator yang mempertemukan emiten dengan para pemodal, Lembaga ini bertugas meneliti dan mengadakan penilaian menyeluruh atas kemampuan dan prospek emiten khususnya untuk emisi saham, penjamin emisi juga turut serta dalam menentukan harga saham yang diemisikan (Agus, 2010:28-29).

Auditor sebagai salah satu profesi penunjang pasar modal berfungsi melakukan pemeriksaan terhadap laporan keuangan perusahaan yang akan melakukan *go public*. Reputasi auditor akan berpengaruh pada kredibilitas laporan keuangan ketika perusahaan melakukan IPO, sehingga hasil pengujian auditor ini sangat dibutuhkan oleh para investor untuk pengambilan keputusan investasi (Aini, N., & Nur, S., 2013).

Ukuran perusahaan atau *firm size* adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, dimana ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*), dan perusahaan kecil (*small firm*) (Edy Suwito dan Aleen Herawaty, 2005).

Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan telah menjalankan usahanya sehingga berpengaruh pada tingkat pengalaman yang dimilikinya dalam menghadapi persaingan. Perusahaan yang beroperasi lebih lama mempunyai kemungkinan yang lebih besar untuk menyediakan informasi perusahaan yang lebih banyak dan luas daripada perusahaan yang baru saja berdiri (Anom Cahaya Saputra, I G. N. Suaryana, 2016).

DER yakni kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya yang ditunjukkan oleh beberapa bagian modal sendiri yang digunakan untuk membayar hutang (Kurniawan, 2007). Rasio utang terhadap ekuitas (*debt to equity ratio*–DER) merupakan rasio yang mengukur sejauhmana besarnya utang dapat ditutupi oleh modal sendiri (Darmaji dan Fakhrudin, 2011).

Earning per share (EPS) sebagai perbandingan antara jumlah laba dengan jumlah saham yang beredar (Tandelilin, 2001). *Earning per share* sebagai rasio yang menunjukkan bagian laba untuk setiap saham (Darmadji dan Fakhrudin,

2006). Laba per saham-EPS (*Earning Per Share*) merupakan rasio yang menunjukkan bagian laba untuk setiap saham. Semakin tinggi nilai EPS tentu saja menyebabkan semakin besar laba dan kemungkinan peningkatan jumlah dividen yang diterima pemegang saham (Sari, A. Y., & Arfinto, E. D., 2011).

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya (I Made Sudana, 2011).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan non keuangan yang melakukan *initial public offering* (IPO) dan mengalami *underpricing* pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2016-2019. Dari 158 perusahaan yang melakukan IPO tersebut, diketahui ada 145 perusahaan yang mengalami *Underpricing*. Dari 145 perusahaan yang mengalami *Underpricing* terdapat 126 perusahaan non keuangan. Dari 126 perusahaan 37 perusahaan dikeluarkan sebagai sampel karena *outlier* dengan demikian ada 89 perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian.

TABEL 1. HASIL UJI F

Tabel 1. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regresion	2.251	7	.322	13.221	.000 ^b
Residual	1.970	81	.024		
Total	4.221	88			

Sumber: www.idx.co.id (data diolah dengan SPSS 25)

Dengan melihat hasil uji F pada tabel 4.14 Dapat diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel yaitu $13,221 > 2,12$ dan nilai signifikasinya lebih kecil dari α yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa reputasi *undewriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan, umur perusahaan, *financial leverage*, *earning per share* dan *return on asset* berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* secara simultan.

TABEL 2. HASIL UJI T

Tabel 2. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.645	.030		21.416	.000
REPUTASI_UNDERWRITER	-.333	.051	-.601	-6.531	.000
REPUTASI_AUDITOR	-.111	.067	-.146	-1.649	.103
UKURAN_PERUSAHAAN	-6.711E-16	.000	-.005	-.060	.952
UMUR_PERUSAHAAN	-.004	.001	-.253	-3.175	.002
FINANCIAL_LEVERAGE	-.001	.001	-.086	-1.029	.307
EARNING_PER_SHARE	-5.857E-8	.000	-.058	-.754	.453
RETURN_ON_ASSET	.038	.027	.109	1.393	.167

a. Dependent Variable: UNDERPRICING

Sumber: www.idx.co.id (data diolah dengan SPSS 25)

- Hasil uji t pada variabel reputasi underwriter diperoleh t hitung sebesar -6,531 dan nilai t tabel adalah 1,99006, artinya $-6,531 > 1,99006$. Nilai signifikasinya sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel reputasi *underwriter* berpengaruh negatif signifikan terhadap tingkat *underpricing*.
- Hasil uji t pada variabel reputasi auditor diperoleh t hitung sebesar -1,469 dan nilai t tabel adalah 1,99006, artinya $-1,469 < 1,99006$. Dengan nilai signifikasinya sebesar 0,103 lebih besar dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi auditor tidak berpengaruh terhadap tingkat *underpricing*.
- Hasil uji t pada variabel ukuran perusahaan diperoleh t hitung sebesar -0,060 dan nilai t tabel adalah 1,99006, artinya $-0,060 < 1,99006$. Dengan nilai signifikasinya sebesar 0,952 lebih besar dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap tingkat *underpricing*.
- Hasil uji t pada variabel umur perusahaan diperoleh t hitung sebesar -3,175 dan nilai t tabel adalah 1,99006, artinya $-3,175 > 1,99006$. Dengan nilai signifikasinya sebesar 0,002 lebih kecil dari taraf

signifikansi $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap tingkat *underpricing*.

- Hasil uji t pada variabel *financial leverage* diperoleh t hitung sebesar -1,029 dan nilai t tabel adalah 1,99006, artinya $-1,029 < 1,99006$. Dengan nilai signifikasinya sebesar 0,307 lebih besar dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *financial leverage* tidak berpengaruh terhadap tingkat *underpricing*.
- Hasil uji t pada variabel *earning per share* diperoleh t hitung sebesar -0,754 dan nilai t tabel adalah 1,99006, artinya $-1,754 < 1,99006$. Dengan nilai signifikasinya sebesar 0,453 lebih besar dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *earning per share* tidak berpengaruh terhadap tingkat *underpricing*.
- Hasil uji t pada variabel *return on asset* diperoleh t hitung sebesar -1,393 dan nilai t tabel adalah 1,99006, artinya $-1,393 < 1,99006$. Dengan nilai signifikasinya sebesar 0,167 lebih besar dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *return on asset* tidak berpengaruh terhadap tingkat *underpricing*.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat underpricing saham pada perusahaan non-keuangan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2019. Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Bahwa variabel reputasi *underwriter*, reputasi auditor, ukuran perusahaan, umur perusahaan, *financial leverage*, *earning per share* dan *return on asset* secara bersamaan berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat *underpricing*.
- Variabel reputasi *underwriter* secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap tingkat *underpricing* perusahaan non keuangan yang melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia Pada periode tahun 2016-2019. Artinya, perusahaan emiten yang menggunakan *underwriter* dengan reputasi yang baik, akan menurunkan tingkat *underpricing*.
- Variabel umur perusahaan secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap tingkat *underpricing* perusahaan non keuangan yang melakukan *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia Pada periode tahun 2016-2019. Artinya, perusahaan emiten yang memiliki umur yang lama, akan menurunkan tingkat *underpricing*.
- Variabel reputasi auditor, ukuran perusahaan, *financial leverage*, *earning per share* dan *return on asset* secara parsial tidak berpengaruh terhadap

tingkat *underpricing* perusahaan non keuangan yang melakukan initial public offering (IPO) di Bursa Efek Indonesia Pada periode tahun 2016-2019. Artinya, investor tidak terlalu memperhatikan variabel-variabel tersebut dengan berbagai alasan.

- Saran

Di bawah ini, ada beberapa saran dari peneliti terkait aspek teoritis dan aspek akademis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Calon Investor

Bagi calon investor yang ingin dan akan membeli saham di pasar modal terutama di pasar perdana, disarankan untuk lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *underpricing* dalam pengambilan keputusan, supaya calon investor mendapatkan keuntungan berinvestasi secara optimal.

2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan yang ingin dan akan melakukan IPO, diharapkan untuk memperhatikan faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini. Terutama pada faktor reputasi *underwriter*, seperti pada hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh negatif signifikan terhadap tingkat *underpricing*. maka dari itu, perusahaan yang ingin melakukan IPO lebih memperhatikan untuk menggunakan *underwriter* yang memiliki reputasi tinggi maka tingkat *underpricing* akan menurun.

3. Bagi Kalangan Akademis

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengambil sampel perusahaan keuangan, sehingga bisa mengetahui tingkat *underpricing* pada perusahaan keuangan.

Peneliti selanjutnya sebaiknya mencari dan menambah variabel-variabel lain yang kemungkinan dapat berpengaruh terhadap tingkat *underpricing* perusahaan pada saat IPO. Seperti ROE, persentase saham yang ditahan oleh pemegang saham, jenis industry, *proceeds*, dan sebagainya

Peningkatan Nilai Perusahaan. Jakarta: PT Gramedia. Finance, Vol. 39 No. 2, pp.

- [8] Gunawan, M., & Jodin, V. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat *Underpricing* Saham Pada Perusahaan yang Melakukan Initial Public Offering yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 20(2), 174-192
- [9] I Made Sudana. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- [10] Jogiyanto 2000, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi 3, BPF, Yogyakarta.
- [11] Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [12] Ratnasari, Anggita dan Gunasti Hudiwinarsih. 2013. "Analisis Pengaruh Informasi Keuangan, Non Keuangan Serta Ekonomi Makro Terhadap *Underpricing* Pada Perusahaan Ketika IPO". *Jurnal Buletin*. Vol. 18. No. 2. Fakultas Ekonomi STIE Perbanas Surabaya.
- [13] Ridwan S. Sundjaja dan Inge Barlian, 2002, *Manajemen Keuangan Satu*, Edisi Keempat, Prenhallindo, Jakarta.
- [14] Rosyati dan Arifin Sabeni, "Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi *Underpricing* Saham pada Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta". *Symposium Nasional Akuntansi V*, Semarang, 2002, h. 3.
- [15] Sari, A. Y., & Arfinto, E. D. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Underpricing* Pada Penawaran Umum Perdana (Studi Kasus Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Go Publik Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2010) (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- [16] Sudirman. 2015. *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio*. Bagian Penerbitan Sultan Amai Press IAIN Sultan Amai Gorontalo, Gorontalo.
- [17] Tandililin, Eduardus. 2001. *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Yogyakarta: BPF.
- [18] www.idx.co.id

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agus Sartono. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi 4. Yogyakarta: BPF
- [2] Aini, N., & Nur, S. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi *Underpricing* saham pada Perusahaan IPO di BEI Periode 2007-2011. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(1).
- [3] Anom Cahaya Saputra, I G. N. Suaryana, "Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset dan Financial Leverage Pada *Underpricing* Penawaran Umum Perdana", *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol. 14 No. 2
- [4] Darmadji, T dan Fakhruddin. 2006. *Pasar Modal di Indonesia Pendekatan Tanya Jawab*. Jakarta: Salemba Empat.
- [5] Darmadji, Tjiptono dan Hendy M. Fakhruddin. 2011, *Pasar Modal Di Indonesia*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- [6] Edy Suwito dan Aleen Herawaty, "Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tindakan Perataan Laba Yang Dilakukan Oleh Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta", *SNA VII STIE Trisakti* (September 2005),
- [7] Fakhruddin, Hendy M. 2008. *Go Public: Strategi Pendanaan dan*