

**Pengaruh Kuantitas Penawaran Saham, Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan terhadap Return Saham 7 Hari Setelah Ipo Studi Kasus Perusahaan Terdaftar IPO Periode 2010-2012**

<sup>1</sup>Mufqi Mardika Mubarak, <sup>2</sup>Dikdik Tandika, <sup>3</sup>Nurdin

*Program Studi Manajemen, Universitas Islam Bandung  
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

Email : <sup>1</sup>mufqimardikamubarak@yahoo.co.id <sup>2</sup>diektandika@yahoo.com  
<sup>3</sup>psm\_fe\_unisba@yahoo.com

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Kuantitas Penawaran Saham, Umur Perusahaan dan Ukuran Perusahaan* terhadap Return Saham 7 (tujuh) hari setelah IPO. Penelitian ini termotivasi dari banyaknya perbedaan pada hasil penelitian sebelumnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengambilan sampel menggunakan Simple random sampling, sehingga didapatkan sampel dalam penelitian ini sebanyak 25 (dua puluh lima) perusahaan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) variabel independen yaitu kuantitas penawaran saham, umur perusahaan dan ukuran perusahaan dan satu variabel dependen yaitu Return Saham 7 (tujuh) hari setelah IPO.

Hasil penelitian secara parsial menemukan pengaruh kuantitas penawaran saham dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Return Saham 7 (tujuh) hari setelah IPO. Sementara variabel umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap return saham 7 (tujuh) hari setelah IPO. Secara simultan, kuantitas penawaran saham, umur perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Return Saham 7 (tujuh) hari setelah IPO.

*Kata Kunci : Kuantitas Penawaran Saham (KPS), Umur Perusahaan (UP), Ukuran Perusahaan (UP), Return Saham (RS)*

## **A. Pendahuluan**

Dalam dunia investasi selalu mengalami ketidakpastian yang seringkali membuat beberapa perusahaan kesulitan dalam mencari sumber pendanaan, untuk mencari sumber pendanaan tersebut ada beberapa perusahaan memiliki berbagai alternatif sumber pendanaan, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar perusahaan. Salah satu alternatif pendanaan dari luar perusahaan adalah melalui mekanisme penyertaan yang umumnya dilakukan dengan menjual saham perusahaan kepada publik atau sering dikenal dengan go public. Dalam proses go public, sebelum diperdagangkan di pasar sekunder, saham terlebih dahulu dijual di pasar primer atau sering disebut pasar perdana. Penawaran saham secara perdana ke publik melalui pasar perdana ini dikenal dengan istilah initial public offering (IPO). Harga saham yang akan dijual perusahaan pada pasar perdana ditentukan oleh kesepakatan antara emiten (perusahaan penerbit) dengan underwriter (penjamin emisi), sedangkan harga saham yang dijual pada pasar sekunder ditentukan oleh mekanisme pasar, yaitu permintaan dan penawaran.

Menurut Rock (1986) yang dikutip oleh Triani dan Nikmah (2006) terdapat dua alasan utama mengapa perusahaan memutuskan go public karena pendiri perusahaan ingin mendiversifikasi portofolionya dan perusahaan tidak mempunyai sumber dana alternatif untuk membiayai program investasinya. Penawaran saham perusahaan kepada masyarakat pertama kali melalui bursa efek dinamakan Initial Public Offering (IPO) atau penawaran umum perdana (Jogiyanto, 2000:33). Biasanya perusahaan tersebut

akan merekrut seorang bankir investasi untuk menjamin penawaran tersebut dan seorang pengacara korporat untuk membantu menulis prospektus (Kurniawan, 2007).

Menurut Jogiyanto (2000:44) prospektus adalah dokumen yang berisi informasi tentang perusahaan penerbit sekuritas dan informasi lainnya yang berkaitan dengan sekuritas yang ditawarkan. Firth (1992) menyatakan bahwa informasi prospektus memberikan gambaran keadaan perusahaan dan ramalan laba yang menjadi dasar para investor dalam pembuatan keputusan investasi. Gambaran keadaan perusahaan salah satunya berisi tentang harga saham perusahaan yang terdaftar IPO. Harga saham saat penawaran merupakan satu indikator keberhasilan tersebut. Ada dua kemungkinan yang terjadi terhadap harga saham setelah penawaran. Harga saham perdana lebih besar dari harga yang terjadi pada saat saham tersebut mulai diperdagangkan. Kondisi harga saham tersebut disebut sebagai *overpricing*.

Sebaliknya, harga saham bisa juga mengalami *underpricing*. Kondisi ini terjadi bila harga saham perdana lebih kecil dari harga yang terjadi pada saat saham tersebut mulai diperdagangkan di pasar sekunder (Firth and Smith, 1992). Menurut beberapa penelitian terdahulu, informasi keuangan dan non keuangan dapat mempengaruhi initial return atau return awal dan return 15 hari sesudah IPO. Tetapi banyak juga peneliti yang tidak sependapat dengan pernyataan adanya pengaruh keuangan dan non keuangan suatu perusahaan terhadap initial return dan return 15 hari sesudah IPO. Rata-rata harga saham pertama perusahaan yang melakukan Initial Public Offering (IPO) diperdagangkan sekunder cenderung mengalami *underpriced* dan *overpricing*, keduanya dapat mempengaruhi initial return dan return 15 hari Sesudah IPO. Fenomena terjadinya *underpricing* dan *overpricing* dijumpai hampir pada semua pasar modal yang ada di dunia (Jogiyanto, 2000:41).

Fenomena antar variabel menunjukkan terjadi perbedaan nilai rata-rata variabel terikat initial return (IR) dan return 15 hari sesudah IPO (R15H) pada tahun 2010-2012. Hal tersebut membuktikan bahwa pengaruh dari variabel bebas offer, proceed, age, dan size terhadap variabel terikat menyebabkan perubahan nilai, dimana nilai rata-rata dari R15 lebih tinggi daripada nilai rata-rata IR. Fenomena yang seringkali timbul pada saat penawaran saham perdana (Initial public offering = IPO) adalah terjadinya *underpricing* yang menunjukkan harga saham pada saat penawaran perdana relatif lebih rendah dibanding pada saat diperdagangkan di pasar sekunder. Pada saat perusahaan melakukan IPO, harga saham jual ditentukan berdasarkan kesepakatan antara emiten dan penjamin emisi (*underwriter*), sedangkan harga yang terjadi di pasar sekunder ditentukan oleh mekanisme pasar yang telah ada melalui kekuatan permintaan dan penawaran saham tersebut di pasar modal. Apabila penentuan harga saham pada saat IPO secara signifikan lebih rendah dibandingkan dengan harga yang terjadi di pasar sekunder di hari pertama, maka terjadi *underpricing*.

Untuk memprediksi return saham banyak faktor yang dapat digunakan sebagai parameter oleh para investor sebelum menanamkan modalnya, salah satunya adalah umur perusahaan. Umur perusahaan merupakan hal yang dipertimbangkan investor dalam menanamkan modalnya, umur perusahaan mencerminkan perusahaan tetap survive dan menjadi bukti bahwa perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian. Perusahaan yang telah lama berdiri umumnya memiliki profitabilitas yang lebih stabil dibandingkan perusahaan yang baru berdiri atau yang masih memiliki umur yang singkat. Perusahaan yang telah lama berdiri akan meningkatkan labanya karena adanya pengalaman dari manajemen sebelumnya dalam mengelola bisnisnya.

## B. Landasan Teori

Menurut Trisnawati (1999) dan Kusuma (2001) : Kuantitas penawaran saham merupakan jumlah penawaran saham oleh perusahaan terhadap masyarakat. Besarnya kuantitas penawaran saham didefinisikan sebagai selisih jumlah lembar saham yang dimiliki perusahaan dengan jumlah lembar saham yang dijual ke publik dibagi jumlah lembar saham yang dijual ke public. Semakin banyak jumlah lembar saham yang dijual ke public tentu berpengaruh terhadap return saham, return saham perusahaan tersebut akan meningkat, mengingat dengan harga saham pada perusahaan tersebut terlebih naik.

Selain itu juga umur perusahaan merupakan hal yang dipertimbangkan investor dalam menanamkan modalnya, umur perusahaan mencerminkan perusahaan tetap survive dan menjadi bukti bahwa perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian. Perusahaan yang telah lama berdiri umumnya memiliki profitabilitas yang lebih stabil dibandingkan perusahaan yang baru berdiri atau yang masih memiliki umur yang singkat. Perusahaan yang telah lama berdiri akan meningkatkan labanya karena adanya pengalaman dari manajemen sebelumnya dalam mengelola bisnisnya.

Menurut Kartika (2009) dalam Efriana Mustika (2012), umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan di bursa. Semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka kemungkinan perusahaan untuk mengembalikan investasi akan semakin besar karena sudah berpengalaman.

Menurut Farid (1998) dapat didefinisikan sebagai berikut : Umur perusahaan adalah umur sejak berdirinya hingga perusahaan telah mampu menjalankan operasinya. Secara teoritis perusahaan yang telah lama berdiri akan dipercaya oleh penanam modal (investor) daripada perusahaan yang baru berdiri, karena perusahaan yang telah lama berdiri diasumsikan akan dapat menghasilkan laba yang lebih tinggi daripada perusahaan baru berdiri. Akibatnya perusahaan yang baru berdiri akan kesulitan dalam memperoleh dana di pasar modal sehingga lebih mengandalkan modal sendiri.

Menurut Widiastuti (2002) dalam Rahmawati (2012:187) menyatakan bahwa : “Umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing”. Sedangkan menurut Ulum (2009:173) umur dalam suatu perusahaan adalah : “Bagian dari dokumentasi yang menunjukkan tentang apa yang tengah dan yang akan diraih oleh perusahaan”.

Menurut Nugroho (2012) mendefinisikan umur perusahaan sebagai berikut : “Umur perusahaan merupakan awal perusahaan melakukan aktivitas operasional hingga dapat mempertahankan going concern perusahaan tersebut atau mempertahankan eksistensi dalam dunia bisnis”.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa umur perusahaan adalah lamanya waktu hidup suatu perusahaan yang menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis, mampu bersaing dalam dunia usaha dan mampu mempertahankan kesinambungan usahanya serta merupakan bagian dari dokumentasi yang menunjukkan tujuan dari perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Karena semakin besar perusahaan, biasanya mereka mempunyai kekuatan tersendiri dalam menghadapi masalah bisnis dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tinggi karena didukung oleh asset yang besar sehingga kendala perusahaan seperti peralatan yang memadai dan sejenisnya

dapat teratasi. Berikut ini terdapat definisi ukuran perusahaan berdasarkan pendapat para ahli :

Menurut Miswanto dan Husnan (1999), ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan total assets, penjualan atau ekuitas. Jika jumlah aset, penjualan atau ekuitas tersebut besar, maka logaritma terhadap jumlah tersebut digunakan untuk tujuan penelitian. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, jumlah tenaga kerja, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total asset perusahaan (Sri Sulastini, 2007).

Menurut Cowen et al (1987) mengungkapkan bahwa perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak, menyebabkan dampak yang lebih besar terhadap lingkungan, memiliki lebih banyak pemegang saham yang mungkin berkepentingan dengan program sosial perusahaan, dan laporan keuangannya menyediakan alat yang efisien dalam mengkomunikasikan informasi sosial perusahaan. Dalam penelitian Fitriani (2001) terdapat tiga alternatif yang digunakan untuk menghitung size perusahaan, yaitu total aset, penjualan bersih dan kapitalisasi pasar. Fitriani (2001) menunjukkan bahwa variabel size mempunyai positif terhadap kelengkapan pengungkapan. Jadi semakin besar size perusahaan maka akan semakin tinggi pengungkapannya. Dalam penelitian ini size perusahaan didasarkan pada total aktiva, karena berdasarkan penelitian Fitriani (2001) total aktiva lebih menunjukkan size perusahaan dibandingkan kapitalisasi pasar (*Market Capitalization*).

Berdasarkan beberapa definisi yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai total asset yang disajikan dalam neraca akhir tahun.

Return saham merupakan pendapatan yang berhak diperoleh investor karena menginvestasikan dananya. Return saham merupakan tingkat keuntungan atau pendapatan yang diperoleh dari investasi surat berharga saham. Return memungkinkan investor untuk membandingkan keuntungan aktual ataupun keuntungan yang diharapkan yang disediakan oleh berbagai investasi pada tingkat pengembalian yang diinginkan. Seorang investor yang rasional akan sangat memperhatikan hasil pengembalian saham karena return saham merupakan salah satu indikator untuk mengetahui keberhasilan suatu investasi.

Faktor yang mempengaruhi return suatu investasi adalah faktor internal perusahaan dan faktor eksternal. Faktor internal perusahaan meliputi kualitas dan reputasi manajemen, struktur permodalan, struktur hutang, tingkat laba yang dicapai dan kondisi intern lainnya di dalam perusahaan. Dan faktor eksternal yang mempengaruhi adalah gejolak politik dalam negeri, perubahan suku bunga tabungan dan deposito, kurs valuta asing, dan inflasi.

Return saham adalah selisih antara harga saham periode sekarang dengan harga saham periode sebelumnya. Return saham merupakan tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan investor atas saham yang dinyatakan dalam presentase.

Hasil yang diperoleh dari investasi. Return tinggi memberikan gambaran bahwa kompensasi yang diterima besar. Sebaliknya, return yang rendah memberikan gambaran bahwa kompensasi yang diterima kecil. Return dapat berupa return realisasi yang sudah terjadi atau return ekspektasi yang belum terjadi tetapi diharapkan akan terjadi di masa mendatang (Jogiyanto 2007: 107).

Menurut Ardiansyah (2004) dan Kusuma (2001) : Return 7 hari sesudah IPO (R7h) adalah nilai return selama 7 hari sesudah IPO dengan tujuan untuk melihat perilaku para investor dalam pembuatan keputusan investasi Di Bursa Efek Indonesia.

Besarnya return 7 hari, yaitu perbandingan antara selisih “harga saham pada 7 hari harga penutupan (closing price) di pasar sekunder” dengan “harga penawaran saham perdana (offering price)” dibagi dengan “harga penawaran saham perdana (offering price)”.

Menurut Christy et al (1996) dan Trisnawati (1999) : Untuk mendapatkan return 7 hari sesudah IPO sampai beberapa waktu kedepan dapat diukur dengan cara menghitung rata-rata return (mean adjusted return) harian saham selama 7 hari saham tersebut diperdagangkan di pasar sekunder.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bagian ini disajikan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kuantitas penawaran saham, umur perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap return saham 7 hari setelah IPO. Metode analisis yang digunakan untuk mengolah data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda sebagai alat bantu dalam pengambilan kesimpulan. Adapun pengambilan sampel menggunakan Simple random sampling, sehingga didapatkan sampel dalam penelitian ini sebanyak 25 perusahaan. Perusahaan tersebut adalah perusahaan yang terdaftar IPO pada periode 2010-2012. Seluruh data mengenai kuantitas penawaran saham, umur perusahaan, ukuran perusahaan dan return saham 7 hari setelah IPO diambil dari beberapa website seperti [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) [www.duniainvestasi.com](http://www.duniainvestasi.com) dll.

Dalam pengujian ini dilakukan menggunakan SPSS dengan memasukan seluruh data pada setiap variabel, kemudian diketahui hasil output SPSS dengan menggunakan beberapa analisis yang terdiri dari uji secara simultan menggunakan uji f tabel dan uji secara parsial menggunakan uji t tabel.

Pengujian hipotesis secara simultan (Uji F)

Untuk mengetahui hipotesis secara simultan maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

□ Ho:  $\rho = 0$ , (tidak ada pengaruh antara Kuantitas penawaran, Umur perusahaan, dan Ukuran perusahaan terhadap return saham 7 hari setelah IPO)

□ H1:  $\rho \neq 0$ , (ada pengaruh antara Kuantitas penawaran, Umur perusahaan, dan Ukuran perusahaan terhadap return saham 7 hari setelah IPO)

Hasil fhitung dibandingkan dengan ftabel dengan kriteria :

- tolak ho jika fhitung > ftabel pada alpha 10% untuk koefisien positif.
- tolak ho jika fhitung < ftabel pada alpha 10% untuk koefisien negatif.
- tolak ho jika nilai f-sign <  $\alpha$  0,10.

**Tabel : Pengujian secara simultan variabel Kuantitas penawaran, Umur perusahaan, dan Ukuran perusahaan terhadap return saham 7 hari setelah IPO.**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65.721	3	21.907	6.804	.002 <sup>a</sup>
	Residual	67.618	21	3.220		
	Total	133.339	24			

Hasil perhitungan pada tabel anova, menunjukkan menunjukkan nilai ftabel dengan  $df1 = 3$  dan  $df2 = 21$  adalah  $= 6.804$  dengan  $sig = 0,000$ . pengujian dengan membandingkan  $sig = 0,000$  dengan  $\alpha = 10\%$  (0,10) maka  $H_0$  ditolak. apabila pengujian dengan membandingkan  $thitung = 6.804 > ftabel = 2.36$  dengan  $df1 = 3$  dan  $df2 = 21$  pada  $\alpha = 10\%$  maka  $H_0$  ditolak oleh karena itu, dapat disimpulkan dari uji ini bahwa secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh dan signifikan antara Kuantitas penawaran, Umur perusahaan, dan Ukuran perusahaan terhadap return saham 7 hari setelah IPO.

Pengujian hipotesis secara parsial (Uji T)

Untuk mengetahui hipotesis secara parsial maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- $H_0 : \rho_1 = 0$  : tidak terdapat pengaruh antara kuantitas penawaran terhadap return saham 7 hari setelah IPO.  
 $H_1 : \rho_1 \neq 0$  : terdapat pengaruh kuantitas penawaran terhadap return saham 7 hari setelah IPO.
- $H_0 : \rho_2 = 0$  : tidak terdapat pengaruh Umur perusahaan terhadap return saham 7 hari setelah IPO.  
 $H_1 : \rho_2 \neq 0$  : terdapat pengaruh Umur perusahaan terhadap return saham 7 hari setelah IPO.
- $H_0 : \rho_3 = 0$  : tidak terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap return saham 7 hari setelah IPO.  
 $H_1 : \rho_3 \neq 0$  : terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap return saham 7 hari setelah IPO.

Dalam pengujian hipotesis menggunakan uji t, taraf signifikansi yang digunakan 10%. adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

ket:

$b$  = koefisien regresi

$se$  = standar error

$t$  = thitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan ttabel

Setelah pengujian dilakukan, maka hasil perhitungan untuk masing-masing hipotesis (thitung), dibandingkan dengan ttabel. untuk kesalahan 10% uji two tailed dan  $dk = n-k = 25-1-1 = 23$ , maka diperoleh ttabel = 1.714 dengan ketentuan sebagai berikut:

a) jika  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  tolak dan  $H_1$  diterima artinya berarti terdapat pengaruh.

b) jika  $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak artinya tidak ada pengaruhnya.

**Tabel : Pengujian secara parsial Kuantitas penawaran, Umur perusahaan, dan Ukuran perusahaan terhadap return saham**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-25,659	6,921		-3,707	.001
	Kuantitas_penawaran	.542	.536	.283	1,013	.323
	Umur_perusahaan	.899	.473	.317	1,900	.071
	Ukuran_perusahaan	.427	.430	.288	.993	.332

Hasil pengujian parameter pengaruh kuantitas penawaran saham Untuk uji hipotesis pengaruh kuantitas penawaran terhadap kuantitas penawaran diperoleh nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1.013 < 1.714$ ), maka  $H_0$  diterima, artinya dari uji ini bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh dan signifikan antara variabel kuantitas penawaran terhadap return saham 7 hari setelah IPO.

Hasil pengujian parameter pengaruh Umur perusahaan terhadap return saham diperoleh nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1.900 > 1.714$ ), maka  $H_0$  ditolak, artinya dari uji ini bahwa secara parsial terdapat pengaruh dan signifikan antara variabel Umur perusahaan terhadap return saham dengan tingkat kepercayaan 90% dengan signifikan 10%. Hal ini berarti menolak  $H_0$  dan dapat disimpulkan bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat return saham 7 hari setelah IPO.

Hasil pengujian parameter Untuk uji hipotesis pengaruh ukuran perusahaan terhadap return saham diperoleh nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0.993 < 1.714$ ), maka  $H_0$  diterima, artinya dari uji ini bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh dan signifikan antara variabel ukuran perusahaan terhadap return saham 7 hari setelah IPO.

#### D. Kesimpulan

Nilai korelasi secara simultan variabel kuantitas penawaran, umur perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap return saham 7 hari setelah IPO adalah sebesar 0.702. Ini artinya terdapat hubungan yang kuat antara kuantitas penawaran, Umur perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap return saham. Variabel return saham dapat dijelaskan oleh variabel kuantitas penawaran, Umur perusahaan, dan ukuran perusahaan sebesar 49,3% sedangkan sisanya 50.7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh yang signifikan antara kuantitas penawaran, Umur perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap return saham 7 hari setelah IPO dikarenakan  $F_{hitung} = 6.804 > f_{tabel} = 2.36$ .

Secara parsial variabel kuantitas penawaran dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap return saham 7 hari setelah IPO dikarenakan  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Sementara variabel umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap return saham 7 hari setelah IPO dengan tingkat signifikan 10% dikarenakan  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

#### Daftar Pustaka

- Abdullah, Syukriy. 2000. *Fenomena Underpricing Dalam Penawaran Saham Perdana (IPO) dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol 3 No1.
- Ardiansyah, Misnen, 2004, *Pengaruh Variabel Keuangan Terhadap Return Awal dan Return 15 Hari Setelah IPO Serta Moderasi Besaran Perusahaan Terhadap Hubungan Antara Variabel Keuangan Dengan Return Awal dan Return 15 Hari Setelah IPO* di Bursa Efek Jakarta, Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Vol.7, No. 2, Hal.125-153.
- Ardi dan Sularto, Lana. 2007. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan*. ISSN Vol. 2. Hal : 1858-2559.

- Daljono, 2000, *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Initial Return Saham Yang Listing Di BEJ tahun 1990 – 1997*, Simposium Nasional Akuntansi III, Hal.556–598
- Dianingsih, Harum I. 2003. *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing pada Penawaran Saham Perdana (IPO): Studi Kasus pada Perusahaan Go Publik yang Terdaftar di PT Bursa Efek Jakarta Tahun 1997-2001*. Jurnal Ilmiah Analisis Persoalan Ekonomi Terapan, Vol 6.
- Kusuma, Hadri dan Hary Darmawan, 2001, *Pengaruh Informasi Non-Keuangan Prospektus Terhadap Keputusan Investasi: Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEJ (Periode 1994-1999)*, Kajian Bisnis dan Manajemen, Vol. 4, No. 1, Hal. 1-12.