

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Pasar Modal	13
2.1.1 Pengertian Pasar Modal	13
2.1.2 Manfaat Pasar Modal.....	14
2.1.3 Fungsi Pasar Modal	15
2.1.4 Jenis - Jenis Pasar Modal.....	16
2.2 <i>Initial Public Offering</i>	17
2.2.1 Pengertian <i>Initial Public Offering</i>	17
2.2.2 Keuntungan <i>Initial Public Offering</i>	18
2.2.3 Proses Melakukan <i>Initial Public Offering</i>	19
2.3 <i>Underpricing</i>	20
2.3.1 Pengertian <i>Underpricing</i>	20
2.3.2 Tinjauan Literatur <i>Underpricing</i>	21

2.3.2.1 Teori <i>Underpricing</i>	21
2.4 Saham	25
2.4.1 Pengertian Saham	25
2.4.2 Jenis Saham	25
2.5 Faktor yang Mempengaruhi <i>Underpricing</i>	26
2.5.1 <i>Return on Asset (ROA)</i>	26
2.5.2 <i>Price Earning Ratio (PER)</i>	27
2.5.3 Ukuran Perusahaan	28
2.5.4 Prosentase Penawaran Saham.....	29
2.5.5 Reputasi <i>Underwriter</i>	30
2.6 Penelitian Terdahulu	31
2.7 Kerangka Pemikiran	33
2.7.1 Pengaruh ROA Terhadap Tingkat <i>Underpricing</i>	34
2.7.2 Pengaruh PER Terhadap Tingkat <i>Underpricing</i>	35
2.7.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Tingkat <i>Underpricing</i>	36
2.7.4 Pengaruh PPS Terhadap Tingkat <i>Underpricing</i>	36
2.7.5 Pengaruh Reputasi <i>Underwriter</i> Terhadap Tingkat <i>Underpricing</i>	37
2.8 Hipotesisi Penelitian	38
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	40
3.1 Objek Penelitian.....	40
3.2 Metode Penelitian	41
3.2.1 Desain Penelitian	41
3.2.2 Populasi dan Sampek Penelitian.....	42
3.2.3 Metode Pengumpulan Data	49
3.2.4 Jenis dan Sumber Data	50
3.3 Operasionalisasi Variabel	50
3.3.1 Variabel Dependen	51

3.3.2 Variabel Independen.....	51
3.4 Metode Analisis Data	54
3.4.1 Statistik Deskriptif.....	54
3.4.2 Pengujian Asumsi Klasik	54
3.4.2.1 Uji Normalitas.....	55
3.4.2.2 Uji Multikolinearitas	56
3.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	57
3.4.2.4 Uji Autokorelasi.....	58
3.4.3 Analisa Regresi Linier Berganda	59
3.4.4 Pengujian Hipotesis	60
3.4.4.1 Pengujian Secara Parsial (Uji t)	60
3.4.4.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	63
3.4.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65
3.4.5 Tingkat Signifikansi (α)	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1 Hasil Penelitian.....	66
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian	66
4.1.2 Hasil Perhitungan Variabel.....	66
4.1.2.1 Hasil Perhitungan Tingkat <i>Underpricing</i>	66
4.1.2.2 Hasil Perhitungan <i>Return on Asset</i> (ROA).....	72
4.1.2.3 Hasil Perhitungan <i>Price Earning Ratio</i> (PER).....	76
4.1.2.4 Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan.....	81
4.1.2.5 Hasil Perhitungan Prosentase Penawaran Saham	85
4.1.2.6 Hasil Perhitungan Reputasi <i>Underwriter</i>	90
4.1.3 Hasil Analisis Data	96
4.1.3.1 Hasil Statistik Analisis Deskriptif.....	96
4.1.3.2 Analisis Deskriptif Mengenai Tingkat <i>Underpricing</i> .	97
4.1.3.3 Analisis Deskriptif Mengenai <i>Return on Asset</i>	98

4.1.3.4 Analisis Deskriptif Mengenai <i>Price Earning Ratio</i>	98
4.1.3.5 Analisis Deskriptif Mengenai Ukuran Perusahaan	99
4.1.3.6 Analisis Deskriptif Mengenai PPS	99
4.1.3.7 Analisis Deskriptif Mengenai Reputasi <i>Underwriter</i>	99
4.1.4 Hasil Pengujian Asumsi Klasik	100
4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas	100
4.1.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	101
4.1.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	102
4.1.4.4 Hasil Uji Autokorelasi	103
4.1.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	104
4.1.6 Hasil Pengujian Hipotesis	106
4.1.6.1 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	106
4.1.6.2 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	111
4.1.6.3 Hasil Pengujian Koefisien Determinansi (R^2)	113
4.2 Pembahasan	113
4.2.1 Pembahasan Tentang <i>Return on Asset</i>	113
4.2.2 Pembahasan Tentang <i>Price Earning Ratio</i>	114
4.2.3 Pembahasan Tentang Ukuran Perusahaan	116
4.2.4 Pembahasan Tentang PPS	117
4.2.5 Pembahasan Tentang Reputasi <i>Underwriter</i>	118
4.2.6 Pembahasan Tentang Tingkat <i>Underpricing</i>	119
4.2.7 Pembahasan Secara Parsial (Uji t)	121
4.1.7.1 Pengaruh ROA Terhadap Tingkat <i>Underpricing</i>	121
4.1.7.2 Pengaruh PER Terhadap Tingkat <i>Underpricing</i>	122
4.1.7.3 Pengaruh SIZE Terhadap Tingkat <i>Underpricing</i>	123
4.1.7.4 Pengaruh PPS Terhadap Tingkat <i>Underpricing</i>	124
4.1.7.5 Pengaruh Reputasi <i>Underwriter</i> Terhadap Tingkat <i>Underpricing</i>	126

4.2.8 Pembahasan Secara Simultan (Uji F)	127
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	129
5.1 Kesimpulan	129
5.1.1 Keterbatasan Penelitian	131
5.2 Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	

