

ABSTRAKSI

Salah satu alternatif pembiayaan yang dapat digunakan oleh perusahaan yang membutuhkan dana yaitu dengan penerbitan saham baru pada masyarakat yang disebut dengan *go public* atau penawaran umum. Dalam proses *go public* sebelum saham diperdagangkan di pasar sekunder (bursa efek) terlebih dahulu saham perusahaan yang akan *go public* dijual di pasar perdana (*primary market*) yang biasa disebut IPO (*initial Public Offering*). Emiten dan *underwriter* menentukan harga pada saat pasar perdana harga, dimana *underwriter* sebagai penjamin emisi berusaha untuk meminimalkan risiko yang ditanggungnya. Kondisi tersebut membuat *underwriter* tidak berkeinginan untuk membeli saham yang tidak laku terjual. Upaya yang dilakukan adalah melalui negosiasi dengan emiten agar harga saham tidak terlalu tinggi, bahkan cenderung *underprice*. *Underpricing* adalah suatu keadaan dimana harga yang diperdagangkan di pasar perdana lebih rendah daripada di pasar sekunder. Melihat fenomena tersebut, maka perlu melihat kembali hal-hal yang mempengaruhi *underpricing* dengan menyusun skripsi yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT UNDERPRICING PADA PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC DI BURSA EFEK INDONESIA”**

Populasi penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2003-2007. Dengan purposive sampling ditentukan sampel sejumlah 59 perusahaan yang mengalami *underpricing*. Data kuantitatif tersebut diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel *Reputasi Underwriter* (X1), *Financial Leverage* (X2), *Return On Assets* (ROA) (X3), *Earning Per Share* (EPS) (X4) dan *Price Earning Ratio* (PER) (X5) terhadap *Tingkat Underpricing* (Y).

Hasil uji asumsi klasik menyatakan bahwa data penelitian berdistribusi normal, bebas dari multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa reputasi *underwriter*, financial leverage, ROA dan EPS tidak menunjukkan pengaruh terhadap *underpricing* karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. sedangkan variabel PER menunjukkan pengaruh terhadap *underpricing*, karena nilai signifikansinya di bawah 0,05. Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan disimpulkan bahwa data penelitian tersebut kurang memberi kontribusi atas faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing*, karena jumlah sampel yang terbatas.

Kata kunci : *Reputasi Underwriter*, *Financial Leverage*, *Return On Assets*, *Earning Per Share*, *Price Earning Ratio* dan laporan laba/rugi, *Tingkat Underpricing*.